الإعلام الاقتصادي

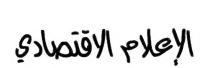
الدكتور ناظم خالد الشمري













تأليف د. ناظم خالد الشمري

دار أسامة للنشر والتوزيع عمّان - الأردن

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيج

الأردن - عمان

- ماتف: ۲۵۲۸۵۶۵ ۲۵۲۸۵۶۵
 - فاكس: ١٥٢٨٥٢٥
- العنوان: العيدلى مقابل البنك العربي

ص. پ : ۱٤١٧٨١

Email: darosama@orange.jo

www.darosama.net

حقوق الطيح محفوظة

الطبعة الأولى

AY-17

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(Y-11/11/210Y)

٣٠٢.٢٣ الشمري، ناظم خالد

الإعلام الاقتصادي/ ناظم خالد الشمري. - عمان: دار أسامة للنشر

والتوزيع، ٢٠١١. () ص .

.(Y-11/11/210T): i.,

الواصفات: الإعلام الاقتصادي//الاعلام//الاتصال الجماهيري//

الافتصاد/

ISBN: 978-9957-22-399-1



الفهرس

10		•	•	٠	٠	•	•	•	•	•	•	٠	•				. 4.	عدم	il.
									ول	y١	q	(ii)	1						
١٧.					٠.										اد .	فتهد	م والا	X3	Įγ
۱۸							÷				, i			هوم .	والمفز	ریف	م. الته	علا	וע
۲.													. 4	ءة تحليلي	قرا	رم-	الإعا	لائف	وظ
۲.			•				٠								بارية	الإخ	الوظيفا		- 1
*1						·									وية .	الت	الوظيفا		۲-
YI									•		,				يوية.	بة التر	لوظيفي		-٣
27									.4	طي	قرا	ديه	J1 a	الوظيفي	ى أو	لشور	وظيفة ا) 1	- ٤
44		ı													نيهية	التره	لوظيفا		-0
**														4	ويقيا	التس	الوظيفا		7
22	٠							٠						لعامة .	بات ا	لخده	وظيفة ا		-v
27		÷															اقتصاد	م الا	Jc.
72															اد .	لاقتص	ا ملد د	ريف	تعر
40														'قتصاد	لم الا	ىية لم	ء أساس	ريف	تما
77														قتصاد	م الاه	ام عا	ت اهتم	٦Į٢	***
2														ية	نصاد	الاق	لأنظمة	اع ا	أنو
YV															2	قتصا	علم الاذ	وع .	فر
YV															زئ <i>ي</i> .	د الج	لاقتصا	71	-ĵ
**		-													ڪلي	اد الد	الاقتص	-	ب
YV				-									-		_				
44															:	سانيا	ات الإز	عاج	الح

۵.
-
•

																			•
79 .						-				ية	اتو	والث	لية	الأو	ات	عاجا	الح	-	
79 .						. 4	ادي	رالم	غير	ات	عاج	الح	ية و	l.Ll	ات	باج	الح	-	
79 .																	ارد	المو	
۲۰ .										. 4	اديا	تص	الاذ	<u>عل</u> ة	ئىد	الم	اصر	عن	
r				-							ية	ساد	لاقتد	ع ا	بتم	، الم	داف	أه	
																	ہج ء		
																	اليم		
																	اهيه		
																	الاقت		
																	موض		
														,		-	ر النش		
																	العما		
																	الحا		
																	سائد		
																	ساند روط		
																	منه		
																	الاس		
																	الاس		
																	المعاا		
																	الأزه		
																	النخ		
																	يخ اا		
																	اع ع		
																	الند	-	
٣٦ .													ئي	جزد	ے ال	حليل	الت		

			_	
			\wedge	١.
	4	z	-	S
_	7	х		κ
		**	v	,

V																							-
٣	٧				•										-	-		ي	15	ل ال	لتحلي	١	-
٣	٨										-						ي	لبية	التط	ماد	لاقتم	1	-
٣	٨													,			دية	صا	لاقت	ية ا	لسياء	1	-
٣	٨				بة	عما	ائد	ية	ساد	'قتد	, וע	اليب	أسا	والأ	ىية	باض	الري	دية	نصا	الاقت	اليب	أس.	41
٣	٨																	٠.	ضر	الريا	مباد	'قت	21
٣	٩																		اسو	القيا	صاد	'قت	ž1
٣	٩																		-		سابات		
٢	٩													15	ساد	نتم	וצי				مدار		
٣	٩																				ڪار ا		
ź																-		_			صاد		
٤	1		Ĭ	•		•	•						•	•			-				صاد		
٤		•	٠	•	•		•	•					•	•	٠			-			معلم معلم		
٤		٠	•	•	٠	•	•	٠	٠	٠		•	•	•	٠								
_		٠	٠	•	٠	•	•	٠	•	٠	٠	٠	٠	٠	•	ية					م المق		
٤	٥	٠	٠	٠	•	٠	٠		٠		•		٠	•	٠	٠	•	سة	ؤسس	م الا	مفهو	-	١
٤	٥	•	•		٠	٠	•	•	-	٠	٠	•		•			٠	بات	بسب	المؤ	أنواع	-	۲
٤	٥	٠				٠				٠,	ارسر	الم	مل	شا	الن	يث	ن ح	ة مر	···	المؤه	سيم	ii (١
٤	7									بة	نوني	القا	مة	طبي	ال	يث	ن ح	ة مر		المؤب	سيم) تة	۲
٤	٦											-			-							بنوا	ال
٤	٧																			ے.	البنو	مأة	نش
٤	٧																			اك	ت الب	ريد	ته
٤	٨																			ك.	البنو	واء	أذ
										il	الد	4	ωė	11									
	۹																-			. #15		_	
_		• •	• •	• •	• •	• •	• •	• •	٠.	• •	• •	• •		• •	. d.	كاليا	υü		•		انص		
٥	١	-	•	٠	٠		٠	•	٠	٠	٠	*	•		٠	-	•	- (نفي	صع	نيق اا	تحا	31

		4	a		
		a	^	٠.	
_		z		×	٠
7	٦	7		z	,

٥٢	تعريف التحقيق الصحفي
OY	مصادر التحقيق الصحفي
70	وظائف التحقيق الصحفي
٥٣	أنواع التحقيق الصحفي
07	أ- التحقيق الصحفي المقصل
٥٤	ب- التحقيق الصحفي المصور
٥٤	♦ تحقیق الخلفیة
٥٤	 تحقيق البحث أو التحري
٥٤	♦ تحقيق الاستعلام
00	♦ تحقيق التوقع
00	♦ تحقيق الهروب
00	إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي
00	١- اختيار فكرة التحقيق
10	٢- جمع المادة الأولية للتحقيق
70	٣- تنفيذ التحقيق الصحفي
٥٧	كتابة التحقيق الصحفي
۸٥	التحقيقات الاقتصادية
7.	القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها
11	مفهوم القيمة
77	مفهوم الخبر
3.5	وظائف الأخبار
18	(بالنسبة للأفراد)
3.5	(بالنسبة للسلطة التتفيذية)
37	تعريف القيمة الإخبارية
OF	العلاقات المساعدة على فهم القيم الإخبارية

		4		
	£	ĸ.	Z	s
_	К	Κ.	3	×
	7	₹	4	7

lo		-						-		-	ية	باري	لإخ	12	قيه	11 2	ىد	الہ	اصر	العن	4
lo												-			. (ائة)	حد	JI) :	لجدة	ı	-1
rı.			-															ر.	التأثي	i	-۲
rı																		-0	لشهر	ł	-٣
۱٧																		اع	لصر	ì	- ٤
1A																			لقرب	ı	-0
1A	-																	ل	لتداو	ı	۲-
LA.																		. 4	لغراب	1	-٧
19														رية	لخب	ة 1	قيه	ر ال	عناص	ن	تباي
٧١											ą,	باري	إخ	11 6	لقي	چ ا	رة ـ	للؤث	امل ا	لعو	1 4
٧١							-								سية	مياء	الم	لطة	السا	_;	أولاً
٧٤				. 4	باريا	خب	م الإ	لقي	يد اا	ية	الامر	إعا	11 á		للو	ية ا	بياء	برس	تأث	-í	ثاني
ν٦																					ئالٹ
٧٧																			الة	-í.	رابه
٧٨																			i -1		
۸٠										. 2	ارية	خي	, וע	قيه	والا	کية	للذ	يع ال	أ- تر	<u>.</u>	ساد
AY									ت										- تا	-	
۸o																ية	بار	الإح	شرة	الن	بناء
ГΑ																رية	خبار	الإ	لقيمة	1	-1
AY																			لتتوي		-Y
ΑV																ايد	بفر	ع ال	۔ لتوزیا	rl	-٣
**																G	بيه	الط	۔ لريط	rl	- 2
**																		لط	لشراة	H	-0
AA				-			-											ات	وحدا	ri)	-٦
۸۹														_				نات	إعلا	11	-Y

》 —		_		_		_	_				
A9											 ۸⁻ الخبر الختامي
	٠	٠	-	•		-	•	•	٠	•	٩- التوقيت
۸۹	-	•	-	•	-	-	•	•			
4.	•	٠	٠	٠	•	٠	-	-	٠		تصنيف الأخبار حسب القيمة الخبرية .
									الذ	الذ	النمناا
۹۳										٠.	المحافة المتخصصة
٩٤											أولاً- نشأة الصحافة المتخصصة
40											ثانياً - مفهوم الصحافة المتخصصة .
97											ثالثاً- عناصر الصحافة المتخصصة .
77								-			١- المادة الصحفية المتخصصة
7.									ص	نصا	٢- جهاز تحريري أو محرر صحفي متخ
97							,				رابعاً - وظائف الصحافة المتخصصة .
4.4											خامساً- سمات الصحافة المتخصصة.
٩,٨								*			سادساً - أنماط الصحافة المتخصصة.
									ابع	الر	liail
14.											الإعلام الاقتصادي
1.5											الصحافة الاقتصادية
1.4											- أولاً - نشأة الصحافة الاقتصادية
۲۰۲											ثانياً - مفهوم الصحافة الاقتصادية.
1.5											سمات الصحافة الاقتصادية
1 - £											أ- سمات الصحافة الاقتصادية
1-6											ب- مواصفات المحرر الاقتصادي
1.0											أنواع الإعلام الاقتصادي
1-0											أساليب الإعلام الاقتصادي
1.0								-			مدف الحملات الإعلامية والإعلانية .

<u></u>				_				_	_								Ş
1.0																**	•
1.1	•	٠	٠	•	-	•	٠	٠	•	٠	٠	•	•	-	•	أهمية الإعلام الاقتصادي	
1-1	٠		-	-	-			•	٠		-		•			دور الإعلام الاقتصادي.	
١٠٧									٠,	ناصر	الذ	لاع	لقم	في ا	ي -	تأثيرات الإعلام الاقتصاد	
								U	اما	لف	1 6	ha	IJΙ				
W		٠.						ر	ائي	الد	g ā	لاق	الع	١	- J	وسائل الإعلام والإعلا	
111														مية	بئيس	وظائف وسائل الإعلام الر	
111		-														الصحف	
111																الإذاعة (الراديو)	
112								-								التلفزيون	
311								٠						۰		الإعلان	
110				٠				-								الإعلان السياسي	
110				٠											-	الإعلان التجاري.	
711													ر	تأثي	والن	النظريات المفسرة للعلاقة	
117								٠								نظريات التأثير الإعلامي	
117															٠	 نظرية ترتيب الأولويات 	
114							٠	٠	٠			. 1	بات	باء	لإش	 نظرية الاستخدامات وال 	
111						٠							٠			 نظرية الغرس الثقلية 	
111													-			4 نظرية الفجوة المرفية	
17.			٠								-				ä,	 نظرية المعالجة المعلوماتي 	
								·	ca	(m)	n,	gre	الف	1			
ĸ.																الاقتصاد في الإسلام .	
177																دور الإعلام في تطوير البح	ì
171							مي	بلا	الإــ	باد	تص	الاذ	J٤	مج	<u>ē</u>	الجهود البحثية التي بذلت.	ı

واقع الاقتصاد الإسلامي في وسائل الإعلام.

177



12.	الإعلام الاقتصادي سلاح لا يقل شأناً عن السلاح الحقيقي													
12-	الإعلام الاقتصادي وسيلة لنشر الاقتصاد الإسلامي													
122	متطلبات وجود علاقة إيجابية بين الإعلام ومؤسسات البحث في الاقتصاد الإسلامي													
الغمل السابع														
121 .	اقتصاد المعرفة													
10.	تعريف اقتصاد المعرفة													
101	تطوير الإعلام الاقتصادي الإلكتروني													
101	الإعلام الإلكتروني بالخليج													
101	مبادرة للاقتصاد الرقمي إقليمياً													
108	الإعلام الاقتصادي في البحرين													
100	التغلب على الفجوة الرقمية													
	الغصل النامن													
107	العولمة الاقتصاحية													
109	م مفهوم العولة وتعريفها													
777	أهداف العولة الاقتصادية													
rri	أسباب بروز العولة الاقتصادية وآثارها													
179	تجليات العولمة الاقتصادية													
171	العولمة الاقتصادية أبنية أم ظرفية؟													
177	العولة عقيدة جديدة													
۱۷۳	العولة ظرفية لا أبنية													
177	تتاقضات العولة													
170	العولة والتتمية													
170	وسائل الإعلام والعولة													
140	إعلام العولة													

		- 4		
		A.	A	ĸ
	4	7	-	ŭ.
۰	-	₹.		21

171							-		-					-			_		ة الإ	-	
174			-					-						يلة	العو	ت ا	دوا	ه و أ	سان	ۇس	,a
1.61											ية	عو	31 .	ات	ىلى	وتہ	بي	لعر	لام ا	إعا	Į.
IAY													ية	رم	إعا	yl a	ولما	JI ,	ائصر	ص	à
AΥ															. 2	بولما	ال	بالام	ت إء	ماد	
3.4.														_			لة	لعوا	ات ا	جليا	, i
۸۵							رب	الذ	عار	<u></u>	ر آه	شا	انت	ا وا	مية	علا	וע.	ولمة	العر	لور	ته
***	-															ş	بلة	العو	قود	ن يا	ه.ر
۸۹															ä	لعوا	م ال	علا	ف إ	غلا	وذ
4-																āI,	لعو	رم ا	إعلا	وذ	نة
151														بة	زمي	إعا	21 2	سالا	الر	ولمة	jc.
3.8											ò	علا	لإء	l d	نوت	ن ب	2	بولمة	م ال	نهو	i.a
14.4															سية	علاه	الإء	āĮ,	العو	ماد	أب
14.4														. 4	ادي	تص	لاد	اد ا	الأبه		-î
14.4													ية	وج	نوار	ے	الد	ماد	الأب	-	ب
199															ىية	بياء	الس	باد	الأب	-	ع.
199															ىية	علاه	الإ	باد	الأب	-	د-
۲۰۰													ية	ياف	الثة	ة و	اعي	جتم	וצ	أثار	ΙĽ
۲۰۰																	ىية	يات	الس	ٔثار	ΙŁ
r•1	-													. 2	ولما	لله	بية	لسا	طرا	خا	11
Y-Y										مية	علا	Ŋ.	1 4	ę.	لله	لبية	لسا	ار ا	خاط	11 ((1
۲-۲																			خاط		
۲٠٤																			خاط		
۲۰٤	-						سة	ماء	ٔجِن	ג וע	ىياة	الہ	<u>چ</u>	- 4	بول	al a	لبيا	السد	آثار	<u>کا</u> (٤)
۲۰٥				-	-	ä,	مادي	قتص	וצנ	یاة	الح	ے ا	_ 4	وا	للد	بية	سا	ر ال	الآثا	-	0



الغمل الناسع

(II		• •	• •			• •	• •			• •						. 4	الغا	1	<u>ور</u> (į	ىف	لتن	1
717									-										٩	نىخ	التد	واع	أذ
YIY	-						-								ڼې	لطا	ب ا	جذ	نم.	ضخ	ŭ	-7	أو
717																ىف	لزاء	11 6	ىخ	لتض	1	نياً-	څا
717																سح	لجا	11 (ىف	لتض	1	-โน	ئا
717																			- 1	خم	أتض	ار ال	آڈ
717									يي	لعر	ي ا	عاد	قتم	ŊI	لام	الإع	بة وا	المي	الم	الية	ш	:ٔزمة	¥1
Y14					مة	الأز	مع	مل	لتعا	فے ا	ي -	يخ	التار	ق ا	خفا	والإ	ية و	ساد	قتم	וצו	افة	مبح	JI
44.																		ί	يض	إن أ	سيو	سيا،	11
771																					صة	اء ق	بن
777																		٦	200	ل ض	قام	يع ت	أر
***			لية	عالا	بة ال	لمالي	ية ا	لأز	ِل ا	خلا	ية	مري	بة ال	بادب	تتص	וצי	افة	ےد	للص	رت ا	تفاو	رر ما	دو
770					٠			•		٠			33	باد	تتص	lYi	عث	ś	ىلى	ه. ع	يات	ضائب	فر
777					٠				٠			افة	200	الد	رت	تعث	ساد	تم	lKé	س	<u>ڪ</u>	231 H	إذ
444								-											ċ	علار	الإ	زيع	تو
444		٠										-						ā	فس	المنا	بال	<u>_</u> :	أث
771				-							-	-					نر	ĭ	وع	من	کة ا	مرد	مـ
277		-									-		-	•				- 7	ليرا	خم	إت	ۇشر	مز
									اشر	الع	6) (O	IJ										
CP0 .		٠.									. =	l.	قتلا	y١	àı(وقد	ي	Je	Qī,	الاؤ	م	يعلا	/y
779																	اد	صا	(قت	والا	افة	صعح	11
727														ون	ضه	ع الم	ل م	ڪا	شد	م ال	ناغ	دم ت	ic.
727	-	٠,	حري	JI.	من	ڪبر	ie	ندر	ع به	IAI	i 43	حاد	وص	ية	قيق	ة ح	مالي	سع	; "را	ينج	ِ لين	يلفر	



الغمل المادي عشر

. V3		٠.	٠.	٠.	٠.	• •	• •	ب	زتة	لما	ر۱	لدو	119	• •	ي.	اد	QI.	931	.هر	(2)	عع ١	119
۲0٠															-	ادية	نص	الاف	فة	سحا	نع الم	واف
YoY							- (اصر	الذ	زم	إعا	إ ا	<u>.</u> .	لعلم	ĻĮ,	ادي	تص	الاذ	اب	خطا	ف ال	
TOT																-	يف	لڪ	ی اا	يم إل	, الد	مر
Y0Y																	ية	إجا	ومر	ييم	ادة تة	إع
YOŁ				,									-					سة	قدا	ءة ال	عبا	نز
70 Y		٠													-		ارن	المة	ليل	التح	رورة	ض
YOA						٠					ىي	بيام	الس	باد	تص	لاق	وأ	باد.	قتص	والاذ	ملام	ΙĶ.
177										ص	نص	المتع	ي ا	ساد	تتم	iΥi	الام	لإع	د ا	يفتة	لامنا	إعا
Y \Y									عاً	وذج	أنم	سر	a4 ⁶	ئر؟	مؤ	ي	عباه	افت	لام	اإعا	, لدين	مل
770				٠	راق	الع	<u>.</u>	مية	التت	لية	ac	<u>e</u> .	دي	صا	قت	ָן וצ	بالإد	الإد	ور.	یل د	ل تقه	سمي
774												٠.	JL	ر ا	ص	فخء	ية ـ	عاد	قتم	¥ا ټ	بحاف	الم
۲۷۰																.ي	ساد	اقت	راا	الخب	اقية	میا
Y Y1														ل	بليرا	رتم	د أو	ٔ نق	k	نقل.	مافة	مد
Y V1		4		بر	لخا	تج ا	' تنا	ولا	نات	لبيا	ير ا	حرو	ى ت	عل	ىر	نتم	پة تا	ماد	قتم	¥ا الأ	ىحاف	الم
Y YY																					وب ال	
770																			بية	نخبر	مافة	صـ
777			-						-							اديا	تص	الاذ	فة	سحا	ية الد	حر
YYY											-									اج۶	اتحت	ماذ
YVA		-					•				-	ادية	نصا	لاقت	11 2	ماف	ص	ے ال	ریاد	محتر	<u> ۽</u>	رۇي
							,	شر	٥.	ان	الد	d	,Oİ	11								
i.	ıın.	a i	. 1 d	1	د ا	~1 1				-						īā	٧١	z. i	1	١.	101	1:1

		м	٠.	
	•	•	•	•
-	٠,	٠.	7	•
	- 3	- 7	А	r

الدراسات السابقة				-					191
دراسات سابقة أجنبية									۲۰۰
الخاتمة									۲۱۰
المصادر والمراجع		 	• •		 	 	 ٠.	 	 ۳H
الكتب									r11
الدراسات والبحوث									۲۱۲
المجلات									r10
ندوات ومؤتمرات				-					۲۱۷
المحاضرات									۲۱۹
مواقع الشبكة العنكبوتية	نية								719
المراجع الأجنبية									۲۲-



القدمة:

لقد ساهمت الإنجازات العلمية والتكنولوجية المذهلة في القرن العشرين في تقدم الإعلام بصفة عامة والصحافة بصفة خاصة، كما ساهمت في تغيير الكثير من المفاهيم لدى الناس، وأصبح ميدان الإعلام اليوم انعكاساً للتقدم التكنولوجي والتقنى الذى تشهده المجتمعات بصورة عامة.

وفي عالمنا المعاصر وبسبب ثورة المعلومات نشأ ما يمكن أن نسميه التخصصات البينية ومنها "التخصص الاقتصادي" والصحافة الاقتصادية".

يعتبر الإعلام الاقتصادي أهم فرع من فروع الإعلام، وهو الذي يقوم بنقل وتحليل وتفسير التغيرات الاقتصادية التي تحدث في المجتمع وتشمل الأفراد والأماكن والقضايا المتصلة بالاقتصاد، كما يشمل أيضاً تفطية أداء الشركات ونشاطاته، تحت هذه المظلة الإعلامية الاقتصادية، يبدل الكتّاب الاقتصاديون جهوداً كبيرة في البحث والتمحيص في ثنايا الأرقام والمناهج الاقتصادية لكثير من شركات ومؤسسات القطاع الخاص.

إن عمل الإعالام الاقتصادي يقوم على جمع المعلومات وتبادلها ونشرها، باستخدام أساليب البحث والتحليل الكمي، ووسائل التكنولوجيا المتقدمة، في عملية جمع وتفحص لتلك المعلومات من مصادر متعددة من أجل الإفصاح عن المعلومة الدقيقة التي تفيد القارئ والمشاهد على السواء، ليس هذا فقط بل يتعدى ذلك إلى تفسير تلك المعلومات، وتحديد الأهداف في ظل السياسات والاستراتيجيات الاقتصادية السائدة والمتوقعة، وما سوف يتمخض عنها من قرارات تمس حاجات الاقتصاد والمجتمع ككل، بل يذهب بعيداً إلى تحديد الإخفاقات والنجاحات من أجل مكافأة من يقف وراء تلك الإنجازات ومعاقبة هؤلاء الفاشلين، وما قد ينتج من فساد إداري خلال تنفيذ العمليات الاقتصادية، لذا يعتمد الاقتصاد الإعلامي على نشر المعلومات الصحيحة والتبو بالأحداث قبل وقوعها بناء على الأرقام



الاقتصادية داخل وخارج البيئة الاقتصادية لبلد ما، وهذا يجعل إعداد الملومات الاقتصادية أكثر موضوعية ومصداقية، عندما يتلقاها الجمهور في عالم أصبح الاقتصاد هو المسيطر عليه، وهو الذي يحدد اتجاه سياساته واستراتيجياته ومكانته في نظر الموظف والسنهاك والمستمدر على حد سواء.

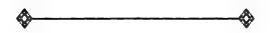
يلعب الإعلام الاقتصادي- أو يتوقع منه- أن يلعب دوراً مهماً في التصدي لأهم مشكلات الواقع، وأكثرها ارتباطاً وتأثيراً على حياة المواطن العادي اليومية، وهي المشكلة الاقتصادية بكل أبعادها وجوانيها.

تنشأ المشكلة الاقتصادية نتيجة تعدد الحاجات الإنسانية وتزايدها بصورة مستمرة في ظل محدودية (ندرة) الموارد الاقتصادية المتاحة والتي تستخدم لاشباع تلك الحاجات. وتتصف المشكلة الاقتصادية بالعمومية حيث تواجهها كل المجتمعات الإنسانية بصرف النظر عن طبيعة النظام الاقتصادي ودرجة التقدم الاقتصادي، غير أن حدثها تختلف من دولة إلى أخرى.

وتعتبر المشكلة الاقتصادية أحد أهم أبعاد مشكلة التنمية في مجتمعنا، ومن هنا تأتي أهمية دراسة الدور الذي يقوم به هذا الإعلام في التصدي لمشكلات التنمية، وما الذي ينبغي أن يفعله الإعلام الاقتصادي في التصدي لمشكلات التنمية، وما الذي ينبغي أن يفعله الإعلام من أجل أن يؤدي هذه الأدوار بصورة أفضل، والإعلام الاقتصادي هو نوع من أنواع الإعلام الذي يهتم بالمضمون الاقتصادي بكل قضاياه الرئيسية والفرعية، ويركز عليه بشكل مباشر وعلى تأثيراته المختلفة على جوانب الحياة.



الإغلام والإقاصاد





ساهمت الإنجازات العلمية والتكنولوجية المنهلة في القرن العشرين في تقدم الإعلام بصفة عامة والصحافة بصفة خاصة، كما ساهمت في تغيير الكثير من المفاهيم لدى الناس، وأصبح ميدان الإعلام اليوم انعكاساً للنقدم التكنولوجي والتقنى الذى نشهده المجتمعات بصورة عامة.

وفي عالمنا المعاصر وبسبب شورة المعلومات نشأ ما يمكن أن نسميه التخصصات البينية ومنها "التخصص الاقتصادي" و"الإعلام الاقتصادي".

ف الإعلام بـذلك جـزء لا ينف صل عـن الحيـاة العامـة بـشقيها الـسياسي والاقتصادي، وبالتالي يتأثر الأفراد بما يكتب في الصحافة سلباً وإيجاباً، وتتضح الرؤية للأفراد عندما يفسر الإعلام الظواهر الاقتصادية، ويحلل أسبابها، ويضع يده على موضع الخلل في أي ظاهرة تجتاح وتؤثر على مصالح الأفراد، بالإعلام عامة والصحافة الاقتصادية على الوجه الخصوص تلعب دوراً هاماً في تعبئة المشاركة الوطنية لتحقيق الانطلاق الاقتصادي والتقمية، ورفع الكفاءة والمقدرة، وعلاج المشكلات الاقتصادية وحسن التعبير عن الأوضاع الاقتصادية (أ.

الإعلام.. التعريف والفهوم:

الإعلام في اللفة: من المصدر "علم"، والإعلام بمعنى الإشعار أو الإخبار، والإعلام بمعنى النشر بواسطة الإذاعة والتلفزيون والصحافة").

وهناك تمريفات متعددة للإعلام قدمها المنيون بهذا التخصص، ولكن نتاول منها هنا ما يتفق وموضوع هذا الكتاب، ومن هذه التعريفات ما يلي:

الإعلام: بالمعنى البسيط الدارج هو "الإخبار، ويرى الكثيرون أن الإعلام والصحافة شيء واحد، ففي رأيهم أن كلمة الصحافة لا تقتصر على المواد

⁽١) الفت فريد: دور الصحفي في كشف المخاطر وتوجيه السوق المالية وعرض الحقائق وتوعية المستغمرين، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو ١٩٩٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ٢٠٠٧، ص ٥٤

 ⁽۲) المنجد في اللغة العربية المعاصرة، الطبعة الثانية، (بيروت، دار المشرق، ۲۰۰۱)، ص١٠- ١٥.





المطبوعة، ولكنها تشمل جميع وسائل الإعلام، وهم يقسمون الصحافة إلى ثلاثة أنواع، صحافة مطبوعة، وصحافة مسموعة، وصحافة مرثبة ⁽¹⁾.

ويلاحظ أن هذا التعريف قد نظر إلى الإعلام من خلال الوسيلة التي تحققه، بغض النظر عن اختلاف نوعها، فهو ينظر للإعلام بمعنى الإخبار بغض النظر عن الوسيلة التي تحقق بها هذا الإخبار، ومن هنا ساوى لفظ الصحافة بالإعلام، وجعل منها المقروء والمسموع والمرئي في مرتبة واحدة.

الإعلام: هو "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الإعلام، هو "التعبير الموضوعية الإعلام من هذا التعريف أنه ليس تعبيراً ذاتياً عن رجل الإعلام، فدوره في مجال الإعلام يختلف عن دور الأديب أو الفنان، إذ يعتمد التعبير الموضوعي على الحقائق والأرقام والإحصاءات، وينبغي أن تكون الحقائق التي يبنى عليها الإعلام السليم معبرة تعبيراً صادقاً عن عقلية الجماهير وميولها واتحاهاتها"".

ويلاحظ على هذا التعريف أنه يحقق مجموعة من الحقائق الهامة للمجتمع البحثي، فليس من اهتمامات المجتمع البحث التعامل مع إعلام موجه، بعيد عن حقيقة واقع المجتمع ومشاعره وعقائده، ولا يعتني كثيراً باهتمامات الأفراد التي يراد لها أن تسيطر على توجهات المجتمع، ولكن المجتمع البحثي معني بذلك الإعلام الموضوعي، والذي عبر عنه التعريف بعناصر رئيسية هي محل اهتمام المجتمع البحثي، وهي:

التعبير الصادق عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها، أي رصد الجانب السلوكي والنفسي لدى أفراد المجتمع، وما يطرأ عليها من ثبات أو تغير، وهذا هو مجال العمل البحثي بشكل أساسي، ومن هنا تتحقق صورة من صور التكامل بين دور كل من الإعلام والبحث في الاقتصاد.

 ⁽١) محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية"، الطبعة الرابعة، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٨، ص ٥٣
 (٢) المسدر السابق





الاجتماعية، أي أن للإعلام شأن كباقي العلوم والتخصصات، ومنها المجتمع البحثي، فلكايهما مسؤولية اجتماعية، وهذه المسؤولية هم مشترك لجميع أنواع العلوم والفنون ذات الأثر الإيجابي على المجتمع، ومن هنا فالإثارة وتغييب الحقائق وتغيرها أو تلوينها ليست من سمات الإعلام الموضوعي ولا من اهتمامات المجتمع المحثي.

والإعلام الناجح كما تراه الدكتورة فوزية فهيم("، "بعد شاهداً على العصر الذي ولد فيه وهو مرآة تعكس ما يدور في المجتمعات بما ينقله من رسائل واقعية وأخرى خيالية يجب أن تقدم للجماهير فلسفة حياة زاخرة بالقيم والمبادئ والمعايير والاتجاهات بما ينقله من سلوكيات ومهارات إيجابية والابتعاد عن كل ما هو مبتذل".

وظائف الإعلام- قراءة تحليلية:

هناك وظائف متعددة للإعلام، حسب المنظور الذي يتم تعريف الإعلام من خلاله، فالقاعدة تقول "الحكم على الشيء جزء من تصوره"، وفي إطار التعريف الذي تبنيناه هنا يمكن الإشارة إلى مجموعة من وظائف الإعلام وهي":

١- الوظيفة الإخبارية:

الخبر هو عماد العمل الإعلامي، فعليه تبنى باقي الأعمال الإعلامية، ويه تقام مؤسسات إعلامية كاملة، مثل وكالات الأنباء، وما تلعظه في عالمنا اليوم من دور محوري للقنوات الفضائية الإخبارية، أو مواقع الإنترنت بتخصصاتها المختلفة، ولقد أصبح البحث عن الأخبار والتقاطها والسبق إليها ونشرها جوهر صناعة الإعلام

⁽١) فزرية فهيم، "تأهيل الكوادر الإعلامية"، ورقة عمل مقدمة لندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل، القاهرة ١٩٩٢ م، نظمت هذه الندوة من قبل مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي ومؤسسة اقرآ الخيرية.

⁽٢) محمد سيد محمد، "الإعلام والتنمية"، مصدر سابق.



المعاصر، فالخبر كما يقولون "أساس المعرفة" ومن دون الأخبار لا نستطيع أن نفهم ما يجري من حولنا في عالمنا المعاصر، والذي أصبحت المعلومات فيه تمثل جانب كبير من عملية بناء الإنسان والتنمية، ومن خلال الأخبار يستطيع الباحث أن يرصد الطواهر المجتمعية المختلفة، سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية، والباحث في الاقتصاد، يتعامل مع الأخبار، موقف الراصد والمحلل، من خلال كونها تمثل حالات فردية، أم أنها تصل إلى حجم الظاهرة، ثم يتبع تلك الخطوة الأولى اتجاه الأخبار التي تبثها وسائل الإعلام بخطوة أخرى في حالة وصولها لمرحلة الظاهرة هل هذه الظاهرة تمثل جانب إيجابي أو سلبي داخل المجتمع، وعليه يعمل أدواته البحثية في التعامل مع الظاهرة التي عكمها الخبر، ويقرر إذا ما كانت تستأهل الرصد أو التحليل، أو أنها تمثل مشكلة ينبغي العمل على طرح الحلول المناسبة لها.

٢- الوظيفة التتموية:

قد يكون الخبر في حد ذاته بالنسبة للمجتمع البحثي غير كاف، ومن هنا
تأتي الأعمال الإعلامية الأخرى من خلال التحقيق أو الحوار أو الحلقات النقاشية أو
المناظرة، لتضيف إلى الخبر جوانب أخرى من الشرح والتفسير والإقتاع وحشد
الجمهور في التعبير عن رأيه، وهنا يستطيع الباحث توسيع دائرة الحصول على
البيانات اللازمة لاستكمال عمله البحثي، فالاستماع إلى جمهور ظاهرة معينة
(إيجابية أو سلبية) وكذلك المتخصصين في شأنها، أو من سبق لهم تجريتها، أو
الكتابة عنها، يمثل زخماً يمكن الباحث بشكل أكبر في التعامل مع الظواهر
الجتمعية، ومنها الظواهر الاقتصادية.

٣- الوظيفية التربوية:

يساهم الإعلام بشكل مباشر في العملية التربوية من خلال المواد الإعلامية المختلفة وتبنّي المديد من المفاهيم الإيجابية التي تسهم في بناء شخصية الفرد، بجوار المؤسسات التربوية الأخرى مثل الأسرة والمدرسة والمسجد، وكما ساهمت المواد التعليمية التى تنشرها وسائل الإعلام المختلفة (البرامج التعليمية من خلال الإذاعات



والتلفزيون والجرائد ومواقع الإنترنت) في العملية التربوية، وهنا يجد الباحث بشكل عام علاقة وطيدة بدوره، لتقويم المكون الثقلي لدى الأفراد والمجتمع، ومعرفة مواضع الضعف، ومواضع القوة، وفي مجال الاقتصاد الإسلامي، يمكن الوقوف على ما هو متاح من قيم وأسس شرعية لدى الأفراد والمجتمع اتجاه الاقتصاد والمال ودور الإنسان في هذا الكون ونظرته لملكية المال وتوظيفه، ومدى ارتباط هذا بالتكليف الإلهي بعمارة الأرض.

٤- وظيفة الشورى أو الوظيفية الديمقراطية:

يتميز الدور الذي يؤديه الإعلام في هذا المجال بإتاحة ما يمكن من المعلومات والأفكار وتدعيم الحوار بين أفراد المجتمع حول قضاياه، ومن خلال هذا الدور يتحقق للأفراد الشعور الإيجابي بالمشاركة في الحياة العامة، ودفع الجميع للتفكير في الحلول السليمة لمشاكلهم العامة، والعلاقة بين هذه الوظيفة والمجتمع البحثي ضرورية وهامة، فبدون المعلومات وحرية تداولها يقف البحث عاجزاً عن الوصول إلى الحقيقة، ومن ثم يفقد البحث الدور المنوط به، وهو الوصول إلى الحقائق المجردة.

ولعل من أبرز ما تقدمه وسائل الإعلام في هذا المجال، ويمثل إفادة كبيرة للمجتمع البحثي في الاقتصاد، استطلاعات الرأي، وبريد القراء، وإضافة التعليقات عبر مواقع الانترنت، فتمثل هذه المنافذ الإعلامية وسائل شورية وديمقراطية يعبر من خلالها الأفراد عن آرائهم وردود أفعالهم حول القضايا للجتمعية.

٥- الوظيفة الترفيهية:

فمواد التسلية والإمتاع شهدت تطوراً هائلاً من خلال تطور وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، خاصة بعد ثورة الاتصالات، فلم تعد الكتابة الساخرة أو الكاريكاتير هي المصدر الوحيد للتسلية والترفيه كما كان من قبل، وقد وجدت الوظيفة الترفيهية مكانها داخل كافة وسائل الإعلام من أجل وجود تتوع بين المواد المختلفة، حتى لا يصاب المتعامل مع وسائل الإعلام باللك.



٦- الوظيفة التسويقية:

معظم وسائل الإعلام وجدت ترويجاً لها من خلال الوظيفة التسويقية، بل بعضها يعتمد بشكل أساسي على عوائد هذه الوظيفة من خلال نشر الإعلانات والحصول على مقابل للنشر، ويرى بعض المتخصصين في الإعلام أن الإعلان ما هو إلا "خبر سعيد" يدخل البهجة على القارئ، ومن خلال هذه الصفحات بمكن للباحث، أن يرصد اهتمامات السوق واتجاهاته من حيث التوجه للاستهلاك أم الاستثمار، كما يمكنه رصد أي القطاعات تشهد حالات الرواح وأبها يشهد حالات كساد، فعلى سبيل المثال يجد الباحث نفسه آمام ما ينشر في كافة وسائل الإعلام العربية، من حجم كبير لقطاعات الاتصالات والعقارات، إن هذين القطاعين بشهدان حجم كبير من الاستثمار، كما يجدان حجم كبير من الطلب، وفي ضوء للك يمكنه قراءة طبيعة المكونات الرئيسية للواردات أو الصادرات، أو طبيعة المساهمات في النتج المحلي الإجمالي للقطاعات المختلفة.

٧- وظيفة الخدمات العامة:

ومن خلال هذه الوظيفة يقدم الإعلام بوسائله المختلفة عدداً من الاستشارات الطبية والقانونية والعلمية أو الفتاوى أو الأحوال الجوية وأسحار الصرف وغيرها للأفراد، وهو نوع من توفير المعلومات يتاح لأكبر عدد مكن من الأفراد، ويمثل نوع من الوقاية والعلاج في نفس الوقت للمتعاملين مع وسائل الإعلام، ومن خلال هذه الوظيفة يمكن للباحث في الاقتصاد أن يقف على المكون الثقافي للمنائلين ومقدمي للاستشارات ومدى ارتباطها بالقضايا التي بهتم بشأنها، كما يمكنه أن يقوم برصد العديد من المشكلات التي يعاني منها الأفراد، وفي نفس الوقت يمكن للمجتمع البحثي أن يقدم منتجاته من خلال هذه النوافذ الإعلامية التي تصنف في إطار هذه الوظيفة.





علم الافتصاد:

الاقتصاد فرع من العلوم الاجتماعية، وهو كيفية استخدام الأشخاص أو الدول للموارد المحيطة بهم لتحقيق احتياجاتهم.

علم الاقتصاد (economics) هو فرع من فروع العلوم الاجتماعية وهو العلم الانتصاد (libra بالتحصول الذي يهتم بمشكلة الموارد النادرة أو المحدودة واستعمالها على نحو يسمح بالحصول على أكبر إشباع لحاجات المجتمع غير المحدودة، ويعبارة أخرى علم إدارة الموارد المحدودة لتلبية حاجات غير محدودة، فموضوعه هو الثروة الاجتماعية من جهة، وسلوك الإنسان الاقتصادى من جهة ثانية.

تعريف علم الاقتصاد:

مصطلح (اقتصاد) لغوياً يعني التوسط بين الإسراف والتقتير (جاء في مختار الصحاح: "القصد بين الإسراف والتقتير يقال فالان مُقتِصدٌ في النفقة").

والاقتصاد كلمة بونانية وتعني... ecos أي المنزل وnomos أي التدبير.. فالكلمة معناها تدبير المنزل...

علم الاقتصاد هدو ذلك الفرع من العلوم الاجتماعية الذي يبحث الاستخدامات المتعددة للموارد الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات وتوزيعها للاستهلاك في الحاضر والمستقبل بين أفراد المجتمع ويشمل هذا التعريف على ثلاثة عناصر:

- أن الاقتصاد على شأنه شأن بقية العلوم الأخرى.
- انه علم اجتماعي، أي يهتم بسلوك الأفراد أو الفرد كمستهلك أو منتج أو مدخر أو مستثمر... الخ.
 - أن الإنتاج بغرض الاستهلاك الحاضر والمستقبل.





آدم سميث: له كتاب بعنوان "بحث في طبيعة ثروة الأمم"، يرى أن علم الاقتصاد هو ذلك العلم الذي بفضله يؤثر على الطبيعة ويسبب ثراء الأمم.

جون ب ساى J.B.Say: هو معرفة القوانين التي تحكم تكوين، توزيع واستهلاك الثروات.

جون ستيوارت ميل J.S.MILL: هو علم تطبيقي للإنتاج وتوزيم الثروة.

ساى وريكاردو: يحصران علم الاقتصاد في الإنتاج، التوزيع، الاستهلاك والمبادلات وتكون خاصة عند العلماء الاقتصاديين (النيوكلاسيك).

روبنس: هـو علـم إدارة الموارد النادرة في المجتمع البشري ودراسة طـرق التكيف التي يجب على البشر إتباعها كي يعادلوا بين حاجاتهم غير المحدودة، وبين وسائل تحقيق هذه الحاجات

التعريف الماركسي لعلم الاقتصاد (لنين): إن الاقتصاد السياسي لا يهتم بالإنتاج بل بعلاقات الأفراد الاجتماعية، الناتجة عن الإنتاج داخل الكيان الاجتماعي للانتاج، فهو علم التطور التاريخي للإنتاج الاجتماعي.

تعريف روبينز: هو ذلك العلم الذي يدرس سلوك الإنسان فيما يتعلق بالعلاقات بين الأهداف والوسائل المحبودة ذات الاستخدامات المتعبدة.

تعريف مارشال: يعتبر علم الاقتصاد أنه يدرس طبيعة الإنسان العادية في حياته.. يعني سمى الإنسان لكسب أكبر عدد من الحاجات المادية.

تعريف ريمون بار: يدرس تسيير الموارد الدائمة، وأشكال تحويلها... فهو علم يبين السبل المتبعة من طرف الأفراد والمجتمعات لمواجهة الحاجات العديدة والتي لا حصر لها باستعمالهم وسائل محدودة.

تعريف سامويلسن P.A.Samuelson: علم الاقتصاد هـو علم دراسة الكيفية التي يختار بها الإنسان والمجتمع على حد سواء باستخدام النقود أو بعدم استخدامها... توظيف موارده الإنتاجية النادرة لإنتاج مختلف السلع خلال الزمن،



وتوزيع هذه السلع للاستهلاك في الوقت الحاضر وفي المستقبل بين مختلف الأفراد ومختلف الحماعات.

مجالات اهتمام علم الاقتصاد:

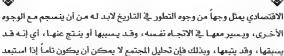
يهتم علم الاقتصاد بأحد وجوه النشاط الإنساني في العالم، وهو النشاط الإنساني في العالم، وهو النشاط الاقتصادي الذي يشتمل على جميع تصرفات الأفراد التي تتصل بكل من الإنتاج والتوزيع والاستهلاك والتبادل، وما يتفرع عنها من ظواهر اقتصادية مثل التمية والدخل والادخار والاستثمار والتضغم والدورات الاقتصادية والبطالة وغيرها.

يختص علم الاقتصاد بدراسة الأمور الآتية:

- ماهية السلع والخدمات التي ينتجها المجتمع وفقاً لموارده الاقتصادية المتاحة
 والتي تتميز بالندرة النسبية الأمر الذي يقتضي المفاضلة بين الاستخدامات
 البديلة من خلال آليات المنوق.
 - طريقة الإنتاج، فهناك طرق إنتاجية متعددة مثل:
 - طرق إنتاحية كشفة العمالة.
 - طرق إنتاجية كثيفة رأس المال.
 - طرق إنتاجية كثيفة التكنولوجيا.
 - مدى كفاءة استخدام الموارد الاقتصادية والسلع، والخدمات المنتجة.
 - هل موارد المجتمع موظفة توظيفاً كاملاً.
 - هل الطاقة الاقتصادية تتمو بصورة مطردة مع الزمن أم أنها تظل ثابتة.
 - كيفية توزيع الإنتاج بين أفراد المجتمع.

والنشاط الاقتصادي واحد من أهم جوانب السلوك الإنساني العام، ووحدة شخصية الإنسان تـودي إلى انهكاس الأوضاع الاقتصادية في مختلف المجالات القانونية والسياسية والفكرية للمجتمع، ولهذا فقد عدَّ كارل ماركس Karl البنيان الاقتصادي للمجتمع الأساس الذي تستند إليه جميع البنى الفوقية من قانونية وسياسية واجتماعية، حتى المعارضون لفكره لا ينكرون أن التطور





يسبقها، وهد يتبعها، وبدلك فإن تحليل المجتمع لا يمكن أن يكون ناما إذا استبعد الجانب الاقتصادي من التحليل، كما أن دراسة الجانب الاقتصادي للمجتمع لا تكون كاملة إذا استبعدت الجوانب النفسية والسياسية والقانونية والاجتماعية من الدراسة أنضاً.

أنواع الأنظمة الاقتصادية:

شهد المالم قبل التاريخ المعروف العديد من الأنظمة الاقتصادية البدائية، في المقابل، تطورت واختزات إلى بضعة أنظمة: الرأسمالية والاشتراكية والاقتصاد الإسلامي والنظام الاقتصادي المختلط (الرأسمالي والاشتراكي).

فروع علم الاقتصاد:

ينقسم علم الاقتصاد إلى جزأين:

أ- الاقتصاد الجزئي:

يختص بدراسة الظواهر الاقتصادية الجزئية ، مثل دراسة سلوك الوحدات الاقتصادية الفردية ، كسلوك المستهلك وسلوك المنتج ، ونظرية النثمن ، وسعر السلعة... الخ.

ب- الاقتصاد الكلى:

يختص بدراسة الظواهر الاقتصادية الكلية كالناتج القومي والدخل القومي والدخل العرص والاستثمار والادخار والطلب الكلي والعرض الكلي... الغ.

الشكلة الاقتصادية:

تمد المشكلة الاقتصادية conomic problem ومشكلة النمرة scarcity problem سبب نشوء علم الاقتصاد، وهي المدخل الأساسي لإدراك



العلاقة بين الفرد والمجتمع من ناحية ، والموارد الاقتصادية من ناحية آخرى، وتتلخص هذه المشكلة في أن أول ما يشعر به الإنسان حاجته إلى الطعام والشراب والملبس والمأوى للمحافظة على استمرار حياته، وهذا ما يدفعه إلى السعي بحثاً عن الوسائل اللازمة لإشباع هذه الحاجات.

تنشأ المشكلة الاقتصادية نتيجة تعدد الحاجات الإنسانية وتزايدها بصورة مستمرة في ظل محدودية (ندرة) الموارد الاقتصادية المتاحة والتي تستخدم لإشباع تلك الحاجات، وتتصف المشكلة الاقتصادية بالعمومية حيث تواجهها كل المجتمعات الإنسانية بصرف النظر عن طبيعة النظام الاقتصادي ودرجة التقدم الاقتصادي، غير أن حدتها تختلف من دولة إلى أخرى.

نقص الموارد المتاحة تردي إلى نشوء التماون بين أفراد المجتمع في سبيل الإنتاج، ليتم التخصص وتقسيم العمل بينهم على النحو الذي يضمن أن ينتج كل فرد بمفرده أو بالتعاون مع الآخرين بكفاية أعلى، ويترتب على التخصص وتقسيم العمل بين الأفراد خطوة منطقية تالية هي انتبادل، لذا يمكن إرجاع المشكلة الاقتصادية إلى حقيقتين أساسيتين: الحقيقة الأولى: تعدد الحاجات الإنسانية، فحاجات المجتمع كثيرة ومتتوعة ولا حصر لها، وكلما أشبع المجتمع بعض حاجاته اكتشف حاجات جديدة، أي أنها غير محدودة وليست ثابتة بل هي متجددة، وتختلف باختلاف الزمان والمكان، وما نمو عمل المنتجين، على مر العصور، إلا نتيجة ظهور حاجات جديدة والعمل على إشباعها.

الحقيقة الثانية: ندرة الموارد الاقتصادية نسبياً، وهي كل ما من شأنه أن يكون نافعاً، أي قادراً، بطريق مباشرة أو غير مباشرة، على إشباع الحاجات الإنسانية، ويحسب معيار نسبة وفرة الموارد إلى الحاجات المطلوب إشباعها تكون الموارد حرة أو اقتصادية، ويقصد بالموارد الحرة الحالة التي تكون فيها الموارد كافية لإشباع حاجة جميع أفراد المجتمع إليها، مثل الحاجة إلى الهواء، إذ بإمكان جميع أفراد المجتمع إشباع حاجاتهم إلى الأوكسجين من غير أن يؤثر ذلك في درجة إشباعهم لحاجاتهم الأخرى، كما يقصد بالموارد الاقتصادية الحالة التي تكون فيها



الموارد غير كافية لإشباع حاجة جميع أفراد المجتمع إليها، وهذا التفريق بين الموارد الحرة والموارد الاقتصادية ليس ثابتاً لأنه لا يعبر عن صفات كامنة في الموارد نفسها، بل يتغير بحسب طبيعة العلاقة القائمة بين الموارد، من جهة، ومستوى الحاجات المطلوب إشباعها من جهة أخرى، وتخرج الموارد الحرة من مجال اهتمام علم الاقتصاد، في حين ينصب الاهتمام كله على الموارد الاقتصادية.

الحاجات الإنسانية:

تنقسم الحاجات الإنسانية من حيث ضرورتها إلى مجموعات:

- الحاجات الأولية والثانوية:

يقصد بالحاجات الأولية الحاجات التي لا تستمر حياة أفراد المجتمع دون تلبيتها مثل الطعام واللباس والمسكن والتعليم والصحة أما الحاجات الثانوية أو الكمالية فهي الحاجات التي تظهر مع ارتفاع مستوى الدخل في المجتمع.

الحاجات المادية والحاجات غير المادية:

المنتجات المادية هي التي تلبّي الحاجات الأولية سلعاً مثل سلع الغذاء والسكن والمنتجات التي تلبي الحاجات الثانوية هي الخدمات مثل الصحة والتعليم والقضاء.

الموارده

هي مجموعة الأشياء والوسائل التي تستخدم في عمليات الإنتاج لصنع الوسائل التي تلبي حاجات الأفراد والتي يطلق عليها اسم سلع عندما تصبح قابلة للاستخدام في عملية إنتاجية.

والموارد الاقتصادية هي الموارد التي تكلف الإنسان جهداً ووقتاً عند استخدامها الإنتاج وإشباع احتياجاته ، ولولا هذه التكلفة لما أصبح مورد اقتصادي، وهي (الأرض، رأس المال، العمل، التنظيم)، الطبيعة.





عناصر الشكلة الاقتصادية:

- تعدد الحاجات الإنسانية، حيث تتصف الحاجات الإنسانية بالتنوع والكثرة والتطور والنمو المستمر مع التقدم الحضاري في حياة الإنسان.
- الندرة النسبية للموارد الاقتصادية، فالموارد الاقتصادية نادرة نسبيا والعرص المتاح منها محدوداً بالمقارنة بالطلب على السلم والخدمات.

وهذا يتطلب الفاضلة بين الحاجات من ناحية أهميتها للمجتمع وترتيب أولوياتها وتحديد السلع والخدمات التي يتم إنتاجها أولاً.

أهداف المجتمع الاقتصادية :

تتمثل الأهداف الرئيسية التي تسعى كافة المجتمعات إلى تحقيقها فيما يلي:

- الكفاءة أي الاستغلال الأمثل للسوارد الاقتصادية، وعادة بميز الاقتصاديون بين نوعين من الكفاءة:
- ♦ الكفاءة الفنية (وتعنى إنتاج أكبر كمية من السلع والخدمات بأقل تكلفة ممكنة).
- ♦ الكفاءة الاقتصادية أو التوزيعية (وتعنى إنتاج السلع والخدمات بالكميات التي يريدها المجتمع).
- النمو الاقتصادي: ويعرف بأنه زيادة كمية السلم والخدمات التي يمكن إنتاجها في المجتمع مع مرور الزمن.
- الاستقرار الاقتصادي أي ثبات الأسعار وعدم وجود تقلبات غير طبيعية في المبتوى العام للأسعار.
- العدالة الاقتصادية أي توزيع الدخل أو الناتج القومي بين أضراد المجتمع بطريقة عادلة.





منهج علم الاقتصاد:

يسعى علماء الاقتصاد إلى تأكيد الصفة العلمية واستباط قوانينه الخاصة من خلال نظريات مختلفة وهم يستخدمون المنهج العملي الاستنباطي (التجريدي، النظري) والمنهج الاستقرائي (التجريبي، الواقعي)، يؤكد الاقتصاديون الصفة العلمية للاقتصاد إذ يرون أن لهذا العلم قوانينه الخاصة، ومن ثم فإنهم يسعون دائماً للكشف عن هذه القوانين وصوغ النظريات الاقتصادية المختلفة، ومن الثابت أنهم يتبعون في هذا السبيل المناهج العلمية المعروفة وهي: المنهج الاستنباطي (التجريدي، الواقعي)، والمنهج الاستقرائي عكس المنهج الاستنباطي تماماً، لذلك يوصف الأول، أي الاستقرائي "بالاستدلال الصاعد"، وويصف الثاني "بالاستدلال الصاعد"،

أساليب التحليل الاقتصادي:

يمكن تقسيم الاقتصاد أو تصنيفه إلى أنواع عديدة أهمها:

- اقتصاد جزئي واقتصاد ڪلي.
- اقتصاد إيجابي وصفي واقتصاد معياري.
- أنواع أخرى من مدارس الأفكار الاقتصادية.

يشرح علم الاقتصاد كيفية عمل النظم الاقتصادية، وما الذي يربط أطراف هذه النظم من علاقات ضمن إطار المجتمع، من خلال تطبيق آساليب التحليل الاقتصادي على المجالات التي تتعلق بالأفراد (بما فيهم الرسميون) الذين يقومون باختياراتهم ضمن إطار المجتمع، كمثال على ذلك، الجريمة، التعليم، الأسر، الصحة، القانون، السياسة، الدين، مؤسسات المجتمع المدني، وصولاً إلى الحرب.



مفاهيم أساسية متعلقة بعلم الاقتصاد:

♦ الاقتصاد السياسى:

أول من استعمل هذا المصطلح Antoine De Montcherestien سنة المردة الاقتصادية، الاتماد التجاري، للدلالة على السلطة السياسية للثروة الاقتصادية، واستخدم هذا المصطلح في كتابة عنوان قاصداً بصفة السياسي اقتصاد الدولة.

موضوع علم الاقتصاد:

موضوع علم الاقتصاد هو المعرفة المتعلقة بمجموع الظواهر المكونة للنشاط الاقتصادي للإنسان في المجتمع.

♦ النشاط الاقتصادى:

يقصد به الأنشطة المتعلقة بالإنتاج، التوزيع والاستهلاك.

ويكون في شكل:

- علاقة الإنسان والطبيعة.
- علاقة الإنسان والإنسان.

و العمل:

الإنسان يجب عليه العمل للحصول على حاجاته.

♦ الحاجة:

للإنسان حاجات تدفعه للقيام بالنشاط الواعي (النشاط الاقتصادي)، وهو شعور بالحرمان ووعي بوسيلة إشباعها، ويمكننا التفرقة بين الحاجات الاقتصادية والحاجات غير الاقتصادية.

خصائص الحاجات الإنسانية :

- الحاجات الإنسانية منتوعة، متعددة ومتزايدة.
 - قابلية الحاجة إلى التكرار.





- نسبية.
- قابلية الحاجة إلى الإشباء.
- قابلية الحاجة إلى القياس.
- قابلية الحاجة للإحلال والتكامل.

شروط الإنتاج:

- القوة العاملة: وهي مجموع الأفراد الذين يشاركون في النشاط الاقتصادي.
- ٣٠ أدوات العمل: هي الوسائل التي يستعملها الإنسان ليزيد من قوته الاقتصادية.
- ح موضوع العمل: هو ذلك العلم الذي يدرس الظواهر الاجتماعية التي تكون النشاط الاقتصادى.

♦ منهج البحث العلمي:

يراد بمنهج البحث، الطريقة التي يتبعها العقل في دراسة موضوع ما للوصول إلى قانون عام أو: هو فن ترتيب الأفكار ترتيباً دقيقاً، بحيث يؤدي إلى كشف حقيقة مجهولة أو البرهنة على صحة معلومة ما، وحتى تكون المعرفة علمية يجب أن تتوفر على الشروط التالية:

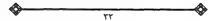
التجريد: يتم على خطوتين: فالباحث الاقتصادي يستخدم المنهج العام للبحث العلمي ولأن المنهج مرتبط بالموضوع، نجد أن الباحث الاقتصادي يختلف عن الباحث العلمي، لأن الباحث الاقتصادي لا يمكنه استبعاد الظروف المؤثرة على الظاهرة الاقتصادية، ويتم على مرحلتين:

الخطوة ١: ينتقل من الملوس إلى المجرد.

الخطوة ٢: ينتقل من المجرد إلى الملموس.

إذاً.. يمكننا تعريف التجريد كما يلي: هو عزل ما هو جوهري في موضوع البحث عن ما هو غير جوهري.

ففي الخطوة ١: ما تبقى من التجريد يجب أن يمثل صورة بسيطة وعميقة عن الخصائص الرئيسية للظاهرة.







أما بالخطوة ٢: فيتم الانتقال من المجرد إلى الملموس، وهي تمثل عودة في مخيلة الباحث إلى مستويات أقل تجريد، حيث يعيد إدخال المناصر الأخرى التي يتم التجريد منها، وبذلك يتم الوصول إلى الملاقة بين المسببات والنتائج.

الاستتباط:

وهو الانتقال من العام إلى الخاص، وذلك بوضع الفرضيات وتقبل صحتها بصفة مسبقة، ونستخرج منها القوانين.

♦ الاستقراء:

هو الانتقال من الخاص إلى العام، أي استخراج قوانين وأحكام خاصة، ومن ثم يتم تعميمها في شكل قوانين مفسرة.

♦ المعالجة الصحفية:

تعني التدخل المتعمد من جانب الصحيفة في طريقة تداول العرض، وتقديم القضية أو المشكلة أو حدث، وذلك باستخدام الأساليب والتقنيات الملائمة وذلك بما يؤدى إلى تحقيق هدف أو أهداف الصحيفة من هذا التدخل().

الأزمة المالية:

هي التداعيات الناجمة عن أزمة الرهون العقارية التي ظهرت على السطح في السام ٢٠٠٧ بسبب فشل ملايين المقترضين لشراء مساكن وعقارات في الولايات المتحدة في تسديد ديونهم للبنوك، وأدى ذلك إلى حدوث هـزة قوية للاقتصاد الأمريكي، ووصلت تبعاتها إلى اقتصادات أوروبا وآسيا مطيحة في طريقها بعدد كبر من كبربات النوك والمؤسسات المالية العالمية.

 ⁽١) رفعت محمد البدري: المائجة الصحفية لقضية البطائة في الصحافة المدرية، وسالة ماجستير غير
 منشورة، جامعة الزفازيق: كلية الآداب، قسم الإعلام، ١٩٧٨، ص ٣٢٦





ولم تفلح مثات المليارات الدولارات التي ضخت في أسواق المال العالمية في وضع حد الأزمة الرهون العقارية التي ظلت تتضغم تحت المسطح حتى تطورت إلى أزمة مالية عالمية (''.

النخبة:

تمثل أحد أهم الطبقات الفاعلة في المجتمع، حيث تعبر النخبة (أو النخب) في المجتمع عن آراء وتوجهات الأضراد الأكثر وعياً والآكثر إدراكاً لأحوال واحتياجات مجتمعاتهم.

وتعرف النخبة بصفة عامة بأنها جماعة متميزة صغيرة نصبياً وتحتل مكانة رفيعة ولها قدر من التأثير والنفوذ في المجتمع، وينتمي هذا المفهوم إلى علم الاجتماع منذ أن كتب عنه عالم الاجتماع الإيطالي باريتو pareto في أوائل القرن العشرين، وقد اهتم علماء الاجتماع الأوائل بالنخبة من منطلق كونها جماعة واحدة تحتكر وسائل القوة والنفوذ في المجتمع وتقف على قمة بناء القوة متميزة عن الجماهير العريضة من الناس بمقتضى القدرات التي تتمتع بها".

تاريخ الفكر الاقتصادي:

على الرغم من أن النقاشات حول عمليات الإنتاج والتوزيع دارت منذ بدايات الانتاج والتوزيع دارت منذ بدايات التاريخ، إلا أن الاقتصاد أخذ بالتبلور في صيفته الحالية كفرع علمي مستقل منذ أن قام آدم سميث بنشر كتابه الشهير ثروة الأمم The Wealth of Nations عام ١٩٧٦، ويعرّف آدم سميث في كتابه مصطلح الاقتصاد السياسي بأنه أحد فروع علم السياسة والتشريع، ويهدف إلى أصرين أساسيين: الأول، تزويد الأفراد بكمية كافية ومستمرة من المنتجات، أو العمل على جعلهم قادرين على توفير هذه المنتجات

⁽¹⁾www.al-jazeera.net

⁽۲) علاء فتح الله، وآخرون، نتائج المسح الميدائي حول آراء النخبة في التوزيع الأمثل للإتفاق الحكومي، بحث صلار عن مركز الملومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، منشور على شبكة الإنترنت على موقح: www.surveysbanks.org.cg في موقح: www.surveysbanks.org.cg في الربل ٢٠٠٨، ص17





بشكل متواصل، والثاني، تزويد الدولة أو إثراء كل من الأفراد والحكومات، وفي كتابه ثروة الأمم يشير آدم سميث إلى الاقتصاد بمصطلح (الاقتصاد السياسي-Political Economy) إلا أن هذا المصطلح استبدل تدريجياً في الاستعمال العام بمصطلح (الاقتصاد Economics) وذلك بعد عام ١٨٧٠.

أنواع علم الاقتصاد:

النظرية الاقتصادية:

تـشمل مجموعـة مـن التعميمـات المتعلقـة بنـشاط الإنـسان الإنتـاجي أو الاستهلاكي والتي تصدق لدي تحقق عدد من الافتراضات (هذه الافتراضات غير مقيدة بزمان أو مكان ممين)، فالتحليل الاقتصادي يهتم بتوضيح الملاقات للظواهر الاقتصادية، وهو بهذا اتجاه موضوعي وعلمي يبحث في الروابط والعلاقات بين الأسباب والنتائج، يضع النظريات ويختبرها ويستنتج العلاقات والقوانين... وتنقسم النظرية الاقتصادية إلى شطرين:

التحليل الجزئي:

ينصرف هذا النوع من التحليل للوحدات الفردية، فهو يقسم الاقتصاد إلى وحداث جزئية: أفراد ، مستهلكين ، مؤسسة ، حكومة ومستهلك ، ويحلل السلوك الاقتصادي لكل وحدة، وهو تحليل جزئي لأننا حين ندرس علاقة معينة ندرس عامل واحد أو أكثر ولا نأخذ كل العوامل المؤثرة في الظاهرة المدروسة.

فالتحليل الاقتصادي الجزئي يدرس السلوك الاقتصادي للعناصر الاقتصادية (بما فيهم الأفراد والشركات) وطريقة تفاعلهم من خلال الأسواق الفردية، وندرة الموارد، والأنظمة الحكومية، والسوق هنا قد تشمل السلعة المنتجة كالذرة على سبيل المثال، وقد تكون خدمة من عوامل الإنتاج كالبناء مثلاً، هذا التحليل يقوم على نظرية دراسة مجموع كميات الطلب من قبل المشترين وكميات العرض من قبل البائعين عند كل نقطة سعر محتمل للوحدة المنتجة، وانطلاقاً من دراسة كل من



(

العرض والطلب بشكل غير منفصل يتوصل التحليل الاقتصادي الجزئي لتوصيف الكيفية أو الكيفية أو الكيفية أو الكيفية أو الكيفية المستجابة لتنفيرات السوق عبر الزمن، وهذا ما يطلق عليه في الشائع تحليل دراسة العرض والطلب.

هيكلية السوق مثل سوق المنافسة الكاملة وسوق الاحتكار تعتبر هنا من العوامل المؤثرة على درجة كفاءة السوق، هذا وينطلق مفهوم التحليل من فرضية مسطة بأن سلوك الأسواق الأخرى يبقى ثابتاً وهذا ما يطلق عليه تحليل التوازن الجزئي، أما نظرية تحليل التوازن العام تسمح بالتغيرات في مختلف الأسواق بما فيها حركة السوق وتفاعلها تجاه التوازن الاقتصادي.

التحليل الكلى:

وموضوع هذا التحليل هو تحليل الاقتصاد الوطني ككل.. والنباتج والدخل الوطنى الخام والصلح الكلي....

فالتحليل الاقتصادي الكلي يهتم بدراسة الاقتصاد ككل، ليوضح تأثير الدخل القومي ومعدلات التشغيل العوامل الاقتصادية على اقتصاد البلدان، كتأثير الدخل القومي ومعدلات التشغيل (معدلات التوظيف)، وتضخم الأسعار، ومعدل الاستهلاك الكلي ومعدل الإنفاق الاستماري ومكوناته، كما يدرس التحليل الاقتصادي الكلي تأثيرات كل من السياسة النقدية والسياسة المالية المتبعة في البلد، ومنذ ستينات القرن العشرين، أخذ التحليل الاقتصادي الكلي يأخذ منحى أكثر تكاملاً، وبرزت فيه نماذج جديدة كتحليل القطاعات على أساس جزئي، رشد اللاعبين الاقتصاديين، الاستخدام الكفي، لمعلومات السوق، المنافسة غير الكاملة، التحليل الاقتصادي الكلي يهتم أيضاً بالعوامل ذات التأثيرات طويلة الأجل على الاقتصاد ونمو الدخل القومي، وكمثال على هذه العوامل نذكر: تراكم رأس المال، التطور التكنولوجي، ونمو قوة العمالة.

المحاولات للتوحيد بين هذه الفرعين أو إلغاء التمايز بينهما كان معفّزاً مهماً في معظم الفكر الاقتصادي في المرحلة الأخيرة، خصوصاً في أواخر السبعينات



الشمانينات، توجد اليوم وجهة تجمع على ضرورة أن يكون الاقتصاد الكلي الجيد مؤسس على بنى الاقتصاد الجزئى الصلبة، بكلمة أخرى، هيكلية الاقتصاد

الكلى يجب أن تكون مدعمة بشكل واضح من قبل الاقتصاد الجزئي.

الاقتصاد التطبيقى:

يشمل على مجموعة من التقارير المتعلقة بالنشاط الاقتصادي للإنسان، متعلقة بزمان ومكان معين أو قطاع محدد من قطاعات الاقتصاد الوطني.

- السياسة الاقتصادية:

هي مجموعة الإجراءات والتدابير التي تتخذها السلطات ذات السيادة من أجل تحقيق أهداف اقتصادية معينة.

الأساليب الاقتصادية الرياضية والأساليب الاقتصادية الكمية:

يعتمد الاقتصاد كمادة أكاديمية بشكل أساسي على الأساليب الرياضية ، إلى جانب اعتماده على الأساليب الأديية ، يتم اعتماد الأساليب الرياضية والكمية لأغراض تحليل اقتصاد ما بدقة ، أو لتحليل مناطق بعينها داخل الاقتصاد ، وكأمثلة على هذه النماذج والأساليب في التحليل نذكر:

الاقتصاد الرياضي:

يطلق مصطلح "اقتصاد رياضي" على تطبيق المناهج الرياضية للشرح وتفسير النظرية الاقتصادية بطرق رياضية أو لحل المسائل الاقتصادية المطروحة، ويستخدم الاقتصاد الرياضي أساليب تحليل التقاضل والتكامل ومناهج المصفوفات الجبرية، وأشاد الكتّاب الاقتصاديون بالفوائد الكبيرة لهذا الأسلوب والمتطلة بإتاحة صياغة واشتقاق مفتاح العلاقات في النموذج الاقتصادي بوضوح، وصرامة، ويساطة، وقد حدد (بول سامويلسون) في كتابه "ساسيات التحليل الاقتصادي" عام ١٩٤٧، البنى الرياضية العامة في عدة مجالات اقتصادية:



الاقتصاد القياسى:

تطبق في الاقتصاد السياسي الأساليب الرياضية والإحصائية لتحليل البيانات المنبقة من النماذج الاقتصادية، مثال، قد تفترض نظرية ما أن الشخص المتعلم يكسب دخلاً بالمعدل أعلى من الدخل الذي يكسبه شخص مشابه له بجميع الخصائص إلا أنه غير متعلم (أو أقل مستوى تعليمي)، هنا يأتي الاقتصاد القياسي فيقيس قوة العلاقة وأهميتها الإحصائية، ويستعمل أسلوب الاقتصاد القياسي لاستنتاج تعميمات كمية، كإيجاد علاقة بين معطيات موجودة مسبقاً والتنبو بما ستكون عليه الحال في المستقبل.

الحسابات القومية:

تعد الحسابات القومية (المحاسبة القومية) وسيلة لتلخيص النشاطات الاقتصادية للبلاد، ويعتمد الاقتصاديون في دراسة الحسابات القومية على نظام القيد المحاسبي المزدوج الشهير، تتضمن الحسابات القومية الفروع التالية: حسابات الدخل القومي والإنتاج (NIPA) وينتج عنها تقديرات للقيمة النقدية لمخرجات ومدخلات الاقتصاد خلال سنة أو ربع سنة، وتمكن حسابات الدخل القومي المسؤولون من تتبع أداء الاقتصاد ومكوناته خالل الدورات الاقتصادية أو فترات أطول، وتشمل الحسابات القومية ايضاً رأس المال الدولي.

تطور مدارس الفكر الافتصادي:

الأفكار الاقتصادية البدائية:

ولدت الأفكار الاقتصادية مع ولادة الحضارات القديمة كالإغريقية، والرومانية والهندية مروراً بالصينية والفارسية والحضارة العربية، وقد اشتهر عدة كتّاب ينتمون إلى هذه الحضارات من أبرزهم أرسطو الفيلسوف الإغريقي المشهور، وشاناكيا Chanakya (٣٤٠- ٣٤٠قم) رئسيمن وزراء الإمبراطسور الأول



لإمبراطورية (موريا) في شرق آسيا، والفيلسوف العربي المعروف ابن خلدون صاحب (مقدمة ابن خلدون) الذي عاش في القرن الرابع عشر الميلادي، ويعتقد الكاتب التشيكي (جوزيف شومبيتير) أن الباحثين المتأخرين ما بين القرنين الرابع عشر والسابع عشر هم المؤسسون الحقيقيون لـ "علم الاقتصاد"، ووصف جوزيف شومبيتير (ابن خلدون) بالرائد السباق في مجال الاقتصاد المعاصر، حيث أن المديد من نظرياته الاقتصادية لم تكن معروفة في أوروبا حتى وقت قريب نسبياً، لاحقاً قامت مدرستان اقتصاديتان هما المدرسة الطبيعية (الفيزيوقراطية)، والمدرسة التجارية (المركناتية)، والمدرسة التجارية قيام المدرسة الإحتاء في أوروبا.

الاقتصاد الكلاسيكي:

كما هو معلوم فإن نشر كتاب ثروة الأمم للكاتب آدم سميث اعتبر بمثابة نقطة البداية لولادة علم الاقتصاد كفرع علمي منفصل ومتخصص، وقد حدد كتاب ثروة الأمم عوامل الإنتاج بكل من الأرض، قوة العمل، ورأس المال، واعتبر أن هذه العوامل الثلاث هي التي تشكل جوهر الثروة التي تمتكل جوهر الثروة التي تمتكها الأمة.

ومن وجهة نظر آدم سميث، فإن الاقتصاد المثالي، هو نظام سوق ذاتي التنظيم (Self-Regulating Market System) حيث يقوم هذا النظام بإشباع حاجات الأفراد الاقتصادية تلقائياً "أوتوماتيكياً"، وقد وصف "سميث" آلية عمل السوق بـ اليد الخفية" التي تحث الأفراد على العمل على إشباع حاجاتهم الشخصية وبالتالي تحقيق أكبر منفعة ممكنة للمجتمع ككل، في كتاباته، أخذ "آدم سميث" بعمض أفكار ونظريات المدرسة الطبيعية في الاقتصاد "الفيزيوقراطية" ودمجها مع نظرياته، إلا أنه رفض الفكرة التي نادى بها الفيزيوقراطيون والقائلة بأن الأرض (الزراعة) فقط هي مصدر الإنتاج والثروة.





الاقتصاد الماركسي:

أمسه المفكر الاقتصادي كارل ماركس الذي نادى بضرورة القضاء على مظاهر الملكية الفردية من خلال ثورة الطبقة العاملة والمستفلة على الإقطاعيين والطبقة الأرستقراطية، وتحقيق المساواة في توزيع الموارد والناتج القومي على الناس كافة، وهذه أحد ركائز قيام الفكر الشيوعي في روسيا، ولقد ثبت فشل هذه النظرة الشيوعية بعد تفكك الإتحاد السوفييتي.

ويمكن أيضاً أن يقسّم الاقتصاد إلى فروع جزئية عديدة وهذا لا يلائم دائماً بعناية التصنيف الدقيق الكبير، هذه الفروع الجزئية تتضمّن:

اقتصاد دولي، اقتصاديات عمل، اقتصاديات رفاهية، اقتصاديات عصبية، اقتصاد مالي، اقتصاد مالي، اقتصاد مالي، اقتصاد مالي، اقتصاد منزلي، اقتصاديات تنمية، وجغرافية اقتصادية.

وهناك أيضاً منهجيات مستعملة من قبل الاقتصاديين الذي يصنفون وفق النظريات المهمة:

- المثال الأهم قد يكون الاقتصاد القياسي، الذي يطبئق التقنيات الإحصائية
 على دراسة البيانات الاقتصادية، الاقتصاد الرياضي الذي يعتمد على الطرق
 الرياضية، يتضمن ذلك الاقتصاد القياسي.
- اتجساه آخسر أكثسر حداثــة ، وأقسرب إلى الاقتسصاديات السصغيرة microeconomics ، وهو يستعمل من علم نفس اجتماعي مفاهيم مثل (اقتصاد سلوكي) وطرق (اقتصاد تجريبي) لفهم الانحرافات عن تتبوات الاقتصاد neoclassical.
- الاقتصاد التطوري يشكل نظرية مبتكرة نتماشى مع التوجهات التي تريد
 فهم دور الروتينات في قيادة تطور السلوك.
- يمكن اعتماد تصانيف أخرى أيضاً، مالية كانت تقليدياً تعتبر جزء من
 الاقتصاد بما أن نتائجه الأساسية تظهر طبيعياً من الاقتصاديات الصغيرة،







لكن أُسس اليوم كعلم مستقل عملياً ، مع أنه وثيق الصلة بالفروع الأخرى للاقتصاد.

لقد كان هناك اتجاه متزايد للأفكار والطرق في الاقتصاد التي يمكن تطبيقها في السياقات الأوسع، بما أن التحليل الاقتصادي يركّز على اتخاذ القرارات، فيمكن أن يطبق، بدرجات متفاوتة من النجاح، على أي حقل يتضمن أناساً يواجهون بدائل أو خيارات، تعليم، زواج، صحة، .. الغ، فهو يشكل نظرية الخيار العام تدرس أيضاً كيف يمكن للتحليل الاقتصادي أن يقدم حلولاً إلى تلك الحقول التي اعتبرت تقليدياً خارج الاقتصاد، تتداخل مناطق البحث في الاقتصاد مع مناطق تابعة لعلوم الاجتماعيات الأخرى، بما فيها العلوم السياسية وعلم اجتماع الاقتصاد السياسي الأكثر شيوعاً يدعى غالباً بشكل غير دقيق رأسمالية.

أهم نواحي الاقتصاد التي تسترعي الانتباه: تخصيص مصدر، الإنتاج، التوزيم، التجارة، والمنافسة.

يمكن للاقتصاد أن يطبق من حيث المبدأ على أي مشكلة تتضمّن الاختيار ضمن شروط الندرة أو شروط اقتصادية حاسمة.

بعض الاقتصاديين يستعملون السعر والعرض والطلب لخلق نماذج اقتصادية تتوفّع نتائج القرارات أو الأحداث.

كما تسند للنماذج مهام أخرى حيث يمكن لها أن تحلَّل سلوك المجتمعات الكاملة أيضاً.

تقليدياً يرتكز الاقتصاد على إرضاء الحاجات المادية وهذا يبقى بؤرة الاقتصاد، بما أن جوهر الاقتصاد يدرس الحوافز، أو جمل الاختيار محصوراً بقيود، فإن المواضيع المدروسة واسعة، كما توسع الاقتصاديين في دراسة كافة المواضيع المتراوحة من الزواج إلى عقوية الموت والنظم السياسية المثالية.





أعلام علم الاقتصاد العرب:

أول من تكلم عن الاقتصاد (كعلم مستقل بذاته) هم المسلمون وليس آدم سميث (المعروف بأبي الاقتصاد) مثل كتب:

- التبصر بالتجارة للجاحظ (١٥٠- ٢٥٥هـ) وكتب فيه عن مواضيع مثل: العرض والطلب، فقال: "ما من شيء كثر إلا رخص ما خلا العقل فإنه كلما كثر غلا" - يعنى أن زيادة العرض تؤدى إلى رخص الأسعار ، كلامه عن العقل إشارة إلى ما يسمى "بريع (عائد) المواهب".
- كتب أبضاً القواعد عن القواعد الاقتصادية الأخلاقية ومنها: "إذا لم يرزق أحدكم بأرض فليستبدل بها غيرها"، ومنها "لا تشتروا ما ليس لكم إليه حاجة فيوشك أن تبيعوا ما لا تستغنوا عنه"، ومنها "الدول تنتقل والأرزاق مقسومة فأجملوا في الطلب".
- كتب عن طبيعة التبادل التجاري في عصره، ففارس تصدر الثياب والأدوية وماء الورد، وسمرقند تصدر الورق.... الخ.
 - كتاب الإشارة لمحاسن التجارة للدمشقى (القرن السادس الهجري):
- كتب عن المال وطريقة اكتسابه، فعرفه بـ "أنه كل ما يقتنى"، كما كتب عن أنواع الصنائع ويقسمها إلى قسمين علمية مثل الفقه والهندسة وعملية مثل الفلاحة والحياكة.
- كما تحدث عن الإنفاق والاستثمار والادخار ويمكن إجمال آرائه في النقاط التالية:
 - 4 ربط الاستهلاك بالدخل وتوزيع الدخل بينهما.
 - * ربط الإنفاق الاستهلاكي بالحاجة وربط الحاجة بمستوى الطبقة.
 - ربط الإنفاق الاستثماري بسرعة دوران رأس المال وبالقدرة على العمل.
 - ربط الادخار بالاستثمار.
- كما تحدث عن التخصص وتقسيم العمل وهي فكرة محورية في الاقتصاد المعاصر ولكنها قديمة قدم أفلاطون ولكن مقارنة أفلاطون بالدمشقى





توضح تميز آراء الدمشقي عن أفلاطون لأن في رأي أفلاطون التخصص وتقسيم العمل يكون على أساس طبقي بينما الدمشقي يراه حاجة اقتصادية بحتة.

- · تكلم الدمشقى عن الثمن:
- حيث حدد العوامل المؤثرة في الثمن وهي: المكان- القرب من المواد
 الخام- قلة العرض وزيادته- كثرة العرض وقلته.
- ♦ كما تكلم عن القيمة المتوسطة فقال "تسأل الثقات الخبيرين عن سعر تلك في بلدهم على ما جرت به العادة في الأوقات المستمرة والزيادة المتعارفة فيه والنقص المتعارفة والزيادة النادرة والنقص النادر وتقيس بعض ذلك ببعض مضافاً إلى نسبة الأحوال التي هم عليها من خوف أو أمن ومن توفر وكثرة أو اختلال وتستخرج بقريحتك لذلك الشيء فيمة متوسطة ، أو تستعملها من ذوي الخبرة والمعرفة " القيمة المتوسطة فكرة أخرى محورية في الاقتصاد الماصر ويحسب للدمشقى فضل الريادة.
 - تكلم عن النقود:
 - فحدد أسباب الحاجة للنقود في الآتي:
 - أ- اختلاف وقت الحاجة من شخص لآخر.
 - ب- مشكلة تجزئة السلعة.
 - ج- اختلاف القدار.
 - د- الجهل بقيمة السلعة.
 - كما حدد صفات الشيء القابل لأن يكون نقوداً:
 - أ- القابلية للسك.
 - ب- القابلية لأن تصنع منها وحدات صفيرة.
 - ج- عدم القابلية للفساد.
 - د- قابلية الحمل
 - هـ- حسن الظهر.
 - و" القابلية لإعادة السك.





ز- بجانب هذه الشروط الستة فإن التحليل الإجمالي لنص الدمشقي يعطي شرطاً آخر هو القبول العام.

مفهوم المؤسسة الاقتصادية:

١- مفهوم المؤسسة:

تتمثل المؤسسة عموماً في مجموعة من الطاقات البشرية المادية والمالية، والتي تشغل فيما بينها، وفق تركيب معين وتوثيق محدداً قصد إنجاز أو أداء المهام المنوطة بها من طرف المجتمع.

وتعـرف أيـضاً: كمجموعـة مـن الـوارد البـشرية والماديـة والماليـة المنظمـة والمهيكلة والتي تخضع لأهداف دقيقة وتسير على أساس طريقة معينة من التسيير.

وتتجسد مهامها بصفة عامة ، في إنتاج السلع أو تقديم الخدمات الموجهة لإشباع حاجيات المستهلكين، بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، وذلك بحسب طبيعة المؤسسة.. مع العمل على تحقيق أفضل تشغيل ممكن في سياق التوثيق أو الدمج المحكم بين هذه الطاقات البشرية والموارد أو الوسائل المادية المتاحة في لحظة زمنية محددة.

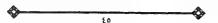
وحسب ما عرفها مكتب العمل الدولي: هي مكان مزاولة نشاط اقتصادي وله سجلات مستقلة ، فيتضح من هذا أن المؤسسة قد تكون مشروعاً أو شركة ، فرعاً أو قسماً.

٢- أنواع المؤسسات:

١) تقسيم المؤسسة من حيث النشاط المارس:

تصنيف المؤسسات بحسب طبيعة نشاطها إلى:

- مؤسسة صناعية: وهي التي تقوم بنشاط صناعي أي أنها تقوم بتحويل المواد
 الأولية إلى سلم نهائية، أو أنها تدخل في صناعة سلم أخرى.
- مؤسسة تجارية: وهي التي تقوم بعملية الشراء والبيع دون إدخال أي تحويل
 على السلعة.







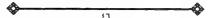
- · مؤسسات خدماتية: وهي التي تقوم بتأدية خدمات كشركات النقل.
 - مؤسسات فالاحية: وهي التي تتشط في الميدان الفلاحي.

٢) تقسيم المؤسسة من حيث الطبيعة القانونية:

- المؤسسات العمومية: وهي المؤسسات التي يؤول رأسمالها الكامل والتام إلى الدولة والسلطات العمومية هي التي تشرف على تسييرها.
- المؤسسات النصف عمومية (أو المختلطة): تبقى فيها مساهمة السلطات
 العمومية جزئية، وينتج عن ذلك أن مراقبة التسيير محدودة في حد ذاتها.
- المؤسسات الخاصة: وهي المنشآت التي يملكها الأفراد ولا تساهم الدولة
 بحصة في رأسمالها وتنقسم إلى:
- مؤسسات فردية (شركات الأشخاص): ينشئها الأفراد بأموالهم الخاصة
 وهي تتكون من شخص أو اثنين.
- شركات المساهمة: يتكون رأسهالها من مجموعة أسهم مقسمة على
 مجموعة من الأشخاص (المساهمان).
- ♦ شركات ذات المسؤولية المحدودة: تتكون من مجموعة من الشركاء محدودي العند.
- شركات التضامن (أو التوصية): تتكون من مجموعة من الشركاء
 متضامنين فيما بينهم.

البنوك:

تمتير البنوك من أهم المؤسسات المالية المساهمة في تطور العمليات الاقتصادية والتجارية حيث أنها في أمس الحاجة إلى هذه المؤسسة المالية لتدعيم نشاطها، وذلك لتحقيق التنمية الاقتصادية، ولهذا فإن تمويل مشاريع المؤسسة يفترض أن يتم عن طريق مواردها الموجودة فيها لكن نظراً لطبيعة المبادلات القائمة على أساس العقود والدفع المؤجل أصبح من الضروري على المؤسسة اللجوء إلى مصادر خارجية من أجل تمويل مشاريعها ويتمثل في المنشآت المصرفية.







نشأة البنوك:

تعود البدايات الأولى للعمليات المصرفية إلى عهد بابل بالعراق وفي الألف الرابم قبل الميلاد ، أما الإغريق فقد عرفوها قبل الميلاد بأربعة قرون.

وقد ظهرت البنوك بشكلها الحالي في الفترة الأخيرة من القرون الوسطى.
- القرن ١٢ و ١٤: بعد ازدهار المدن الإيطالية على إثر الحروب الصليبية فقد كانت تلك الحروب تستلزم أموال طائلة لغرض تجهيز الجيوش.

كما أن التاجر والصائع والصيرفي من أكثر المستفيدين من هذا التحول، وذلك بقبول الودائع مقابل شهادات اسمية.

ولم يكتف الصيارة بمجرد قبول الودائع فقد عملوا على استثمار أموالهم الخاصة باقتراضها للغير نظير الفوائد التي يحصلون عليها(").

كما عملوا على استثمار مال الفير المودع لديهم نظير فوائد محددة وهكذا تطورت الممارسة المالية من صراف إلى بيت صريفة ثم إلى بنك وأقدم بنك حمل هذا الاسم في التاريخ هو بنك برشلونة (١٤٠١)، وأما أقدم بنك حكومي فقد تأسس في البندقية فينيسيا عام١٥٨٧ باسم Banca della piazza devialta".

وأخدت البنوك تتوسع هي الأخرى في القسن التاسع عشر وتأخذ شكل شركات المساهمة، وذلك بمجيء الثورة الصناعية والدخول في عصر الإنتاج الكثير الذي يحتاج إلى تسيير أموال كبيرة.

ويعد بلوغ الرأسمالية مرحلتها الاحتكارية في أواخر القرن التاسع عشر بدأت حركة تركز البنوك بواسطة الإدماج أو بطريقة الشراكة القابضة، ومنه نشأت البنوك بفعل الحاجة لتسهيل المعاملات وهكذا واكبت نشوء الرأسمالية وساهمت كثيراً في تطورها.

تعريف البنك:

البنك هي كلمة إيطالية الأصل (بانكو Banco) وتعني "المصطبة" وكان

⁽¹⁾ شاكر القزويني "محاضرات في اقتصاد البنوك"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ١٩٩٢، ص٢٤.



يقصد بالمصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة ثم تطور المعنى فيما بعد لكي يقصد بالكلمة، المنضدة التي تم فوقها عد وتبادل العملات ثم أصبحت في النهاية تعنى المكان الذي يوجد فيه تلك المنضدة وتجر فيه المتاجرة بالنقود ('').

البنك: هو مؤسسة مالية ذات شخصية معنوية ((()) والتي مهمتها العادية والرئيسية إجراء العمليات المصرفية ، تتجلى في جمع رؤوس الأموال التي تستخدمها تحسابها الخاص وتحت مسؤوليتها في تسليم القروض للزيائن (()) إضافة إلى ما سبق ذكره (()) فإن البنك يفيد ويستفيد ، يفيد عندما يعيد استخدام ودائع المودعين، فإن بذلك يحرك رأس مال ويزيد من إنتاجيته وهكذا فهو يفيد النشاط الاقتصادي الذي يدخل فيه ، وهو يستفيد أيضاً من خلال حصوله على قوائد وعملات وأجور وخدمات ، مما نستخلص من هذا التعريف أن البنك صنفين من العمليات: (خلق النقود المصرفية عن طريق توزيع القروض بشكل ودائع إضافية يكون البنك بذلك (وميط نقدي) (() وضع عدة طرق لتوزيع القروض أي ابتكار تقنيات كتمويل الودائم الجارية إلى ادخارات سائلة فيكون بذلك أيضاً "كوسيط مالي".

وبالتالي ينفرد البنك دون المؤسسات المالية الأخرى بوظيفة الوسيط النقدي والمالي. الوظيفة النقدية تتداخل مع الوظيفة المالية لتحليل نشاط البنك.

أنواع البنوك:

إن معظم المجتمعات قد قسمت البنوك إلى أربع مجموعات:

البنوك المركزية.

٢- البنوك التجارية.

٣- البنوك المتخصصة.

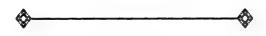
٤- البنوك الاستثمارية.

⁽١) شاكر القزويني "معاضرات في اقتصاد البنوك"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ١٩٩٧، ص٢٤

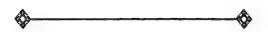
⁽٢) المادة ١١٤ من فانون ١٠/٩٠ الصادر في ١٤ أبريل ١٩٩٠ للنقد والقرض.

⁽٣) المادة ١١٠ من نفس القانون السابق.

 ⁽٤) معزوزي نصر الدين: "التمويل البنكي للمؤسسات الصفيرة والمتوسطة، مذكرةنت لثبل" ش:
 ليسانس، جامعة بهمرداس، دفعة، ص٣٠٠.



للفصل الثانين ब्रांब्रयमा। हैविं। है। प्यामिय





تنكون الصحافة من أجناس أو أنواع، كل نوع منها له وظائف معينة، ويعتمد صيغًا تعبيرية تتلاءم وفتياته.

وعلى العموم تعكس الأنواع الصحفية الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل، كما تفسر الوقائع والأحداث والظواهر والتطورات، وتتضمن أيضاً التقويم والتحليل والرأى، والتفسير.

- النبأ الصحفي الموجز: إن النبأ الصحفي الموجز يجيب على الأسئلة التالية:
 من- ماذا- متى- أين، وعادة لا يتجاوز طول نص النبأ الصحفي الموجز فقرة واحدة التي تكون متألفة من ٥- ٦ أسطر.
- ٢- المقال الإخباري: يجيب المقال الإخباري القصير بشكل متصل على الأسئلة التالية: من- ماذا- متى- أين. ويتألف المقال الإخباري القصير من ثلاث أو أربع فقرات ويكون عادة برقية وكالة أنباء تُتشر في الصحيفة بدون أي تغيير يُذكر.
- ٣- المقال المسهور: هو إعادة كتابة مجموعة أخبار متفرقة في مقال واحد، أما مصادر هذه الأخبار فهي وكالات الأنباء المراسلين الصحفيين قسم التوثيق في الجريدة.
- 3- التقرير الإخباري: يعطي القارئ المعلومات الأساسية حول حدث ما، ويتضمن اختيار المعلومات المرتبطة بالحدث ويتطلب أيضاً وجود الصحفي في مكان الحدث لينقل الوقائع التي شاهدها ويترك للقارئ حرية الحكم عليها.
- الريبورتاج: توجد تقنية لكتابة الريبورتاج وهي تشمل تجميع المعلومات
 اللازمة حول المواضيع التالية:

أسماء أبطال الحدث، أعمارهم، طريقة تمبيرهم، طرائق ومشاهدات حول الموضوع، الجو العام الذي جرى فيه الحدث، وقبل كتابة الريبورتاج يسأل الصحفي نفسه: ما هي الرسالة التي أنوى إيصالها؟





- القابلة الصحفية: هو حديث يجريه الصحفى مع شخصية اقتصادية -سياسية أو شخص ما كان شاهداً على حدث ما ، وهو حديث ثنائي إحمالاً بين صحفيّ ومحاوره
- ٧- وصف شخصية عبر مقال صحفى: هذا النوع الصحفى يساعد القارئ على معرفة بعض المعلومات عن الشخصية التي يكتب عنها من خلال الحديث عن مزايا الشخص، شكله الخارجي، طريقة تعبيره، عاداته، ماذا كان يعمل، ما هي مشاريعه.
- ٨- التحقيق الصحفي: يبحث ويفضح إشكالاً ما اقتصادياً أو سياسياً أو اجتماعياً، وهو يشبه البحث العلمي لكنه يختلف في الأسلوب.
 - ٩- مقالات الرأى: وهي:
- أ- الافتتاحية: مقال صحفى تكتبه شخصية مهمة في الجريدة، من المؤكد أنه يعبّر عن رأى الجريدة.
- مقال نقدى: وهو مقال مخصص لنقد المواقف والأعمال والكتّاب وسواهم
- الحديث: مقال موقّع من قبل صحفى مهم يتتاول بأسلوب مشوّق موضوعاً اقتصادياً ثقافياً أو احتماعياً.
- البطاقة: مقال صحفي قصير يتضمن تعليقاً على حدث ما بأسلوب نقدي ولاذع.

التحقيق الصحفي:

واحد من أهم الفنون الصحفية، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، حيث يجمع بين الخبر والحديث والرأى، وهو من أصعب الفنون التحريرية، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، لذلك بعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في الجريدة، وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لابد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة ، حيث يكون قد تعلم





وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجرى الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها، ليقدم في النهاية تَحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضع التحقيق.

تعريف التحقيق الصحفي:

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضبة بلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها الموصل إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

أي أن التحقيق الصحفي هو فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدوره حولها التحقيق.

ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكبر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، وأن تتم الفكرة بالجدة أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.

مصادر التحقيق الصحفى:

يمكن للمحرر أن يلتقط أفكار تحقيقاته من خلال هذه المصادر:

- ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة أو الراديو أو التلفزيون من مواد، وتدخل فيها الإعلانات التي قد تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي.
- المشاهدات المختلفة للصحفي، وتجاربه أو تجارب غيره، سواء في بيئته المحلية، أو في الرحلات، أو في مختلف قطاعات أو مؤسسات الدولة.
 - المناسبات والأعياد والاحتفالات المختلفة.
 - القصص الإنسانية والحالات الغربية والشاذة





الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.

وبصفة عامة، فإن محرر التحقيقات الصحفية النشيط بمكنه أن يحصل على أفكار موضوعاته من كل ما تقع عليه عيناه، وأفضل التحقيقات الصحفية هو ما كان متصلاً بهموم وقضايا الناس ومشاكلهم.

وظائف التحقيق الصحفى:

يلبى التحقيق الصحفى وظائف الصحافة الأساسية وهي:

- وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.
- تفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالتها السياسية.
- ٣- التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث لها عن حلول.
- التسلية والامتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.
- ٥- الأعلان: بشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

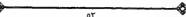
أنواع التحقيق الصحفى:

يوجد نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفي وهماء

أ- التحقيق الصحفى المصل:

أساس هذا النوع من التحقيقات الكلمة المكتوبة، تساعدها المواد المصورة (صور ، رسوم ، أشكال توضيحية).

ويعتمد المحرر في تحقيقه هنا على المصادر الحية من خلال لقاءاته مع الأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة من مسؤولين وجمهور أو مهتمين







وباحثين ودارسين، كذلك يمكنه الاعتماد على المصادر غير الحية، فيمكنه الاعتماد مثلاً على قراءة الوثائق والبيانات والإحصاءات المتعلقة بموضوعه، فأنه يستطلع مختلف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة.

وهذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه وينطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى الموضوع، ويتصف مثل هذا النوع من التحقيقات بالموضوعية.

ب- التحقيق الصحفي المصور:

هـنا النـوع يعتمـد علـى الـواد المـصورة (الـصور الفوتوغرافيـة) كعنـصر أساسي، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملاً مساعداً، أي عكس النوع الأول، لذلك في هذا النوع من المهم جداً الاعتناء بالصور من حيث الوضوح والشمول.

بالإضافة إلى هذين النوعين الرئيسيين من التحقيق الصحفي توجد أنواع اخرى فرعية وهى:

تحقيق الخلفية:

وهـو تحقيـق يستهدف شـرح وتحليـل الأحـداث والكـشف عـن أبعادهـا ودلالاتها، فهو تحقيق ببحث عما وراء الخبر.

تحقيق البحث أو التحرى:

المحرر في هذا النوع أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسؤوليته، في فك الألفاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة.

تحقيق الاستعلام:

يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.



ه تحقيق التوقع:

وهذا النوع لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.

تحقيق الهروب:

وهو من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استفلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية، ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والمتمة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغربية، والموضوعات التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي:

وتشمل مرحلة إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي ثلاث خطوات وهي:

١- اختيار فكرة التحقيق:

إن بداية التحقيق الصحفي تبدأ فكرة في عقل المحرر حين يرى أنها تهتم عدداً كبيراً من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتقسير، أو إلى كشف الغموض الذي يحيط بها، ويزيد من أهمية هذه الفكرة أن تكون مرتبطة بالأحداث الجارية وبالقضايا التي تشغل المجتمع، ولكن لا يمني ذلك أن فكرة مرتبطة بحدث قديم يمكن أن تكشف عن جوانب جديدة فيه لا تصلح لأن تكون موضوع تحقيق صحفي، فالتحقيقي يمكن أن يتناول واقعة قديمة بشرط تقديم زوايا جديدة.

والحصول على فكرة التحقيق هو أصعب خطوة يمكن أن تواجه المدرر في إعداد وتنفيذ تحقيقه، ويتطلب ذلك منه أن يكون يقظاً متابعاً لكل ما يجري من حوله في المجتمع من أحداث، وأن يكون متخصصاً في فرع بعينه، لأن التخصص

•





يجعله يعرف كل شيء عن تخصصه، لذا يمكن أن يبدع ويبتكر فيه ويلاحق كل تطور يحدث في مجاله.

ولأهمية هذه الخطوة، نجد أن الصحف اليومية تعقد اجتماعات كل يوم لقسم التحقيقات لعرض الأفكار والاقتراحات التي تحتاج لتعقيق عنها، وهذا يتطلب قراءة دقيقة ومتأنية لصحف بجميع أبوابها وتخصصاتها فهي المصدر الأول للأفكار.

ومن الطبيعي أن لا يحضر المحرر الاجتماع دون أن تكون لديه أفكاراً لعرضها للمناقشة، فمن الجميل أن تكون الفكرة نابعة من ذاته، ولا يعتمد على رئيس قسمه أو زملاء بإعطائه الفكرة.

وعليه قبل أن يطرح فكرة التحقيق، أن يدرس هذه الفكرة جيداً ويتأكد من جديتها، وأنها لم تعالج من قبل، لأنه إذا لم يفعل ذلك، وعرض فكرة سبق معالجتها، دل على أنه غير مطلع وغير متابع لما ينشر في الصحف الأخرى.

٢- جمع المادة الأولية للتحقيق:

المادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خلفية معلوماتية للتحقيق، وتساعد المحرر على بلورة فكرته، ويمكنه الحصول على هذه العلومات من جهتين:

أ- أرشيف المعلومات الصحفية.

ب- الكتبة.

٣- تنفيذ التحقيق الصحفي:

هذه الخطوة هي التي تمنح التحقيق حياته، فالخطوة السابقة تقدم معلومات جامدة، أما الخطوات الحقيقية فهي بداية الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، وللحصول على هذه المعلومات لابد من عمل لقاءات مع الشخصيات المختلفة الذين يمكنهم إعطاء معلومات هامة عن الموضوع، سواء من المسؤولين أو من الجمهور المرتبط بالقضية أو المشكلة.





وهذه الخطوة تتطلب من المحرر أن يكون عارهاً لقواعد وخطوات إحراء المقابلة أو الحديث الصحفي.

والمعلومات الحية لا تؤخذ فقيط من الشخصيات، ولكن يمكن الحصول عليها أيضاً من خلال الوثائق والبيانات والأرقام أو التقارير الجديدة حول الموضوع، والتي لم يسبق نشرها.

وبعيد أن يحيصل المحرر على المعلوميات التي تمثل إجابة على الأسئلة أو الاستفسارات المتعلقة بالموضوع، يبدأ في ترتيبها وقراءتها جيداً، ثم يشرع في كتابة التحقيق من خلال مقدمة تبين أهمية الموضوع أو تبرز أهم ما فيه أو تلخص وقائعه، ثم جسم التحقيق ويشمل تفاصيله المختلفة، ثم الخاتمة التي تطرح الحل أو تلخص أهم الآراء الواردة في التحقيق.

وفي النهاية يضع العناوين المناسبة، سواء العنوان الرئيسي أو العناوين الساعدة أو العناوين الفرعية.

كتابة التحقيق الصحفي:

بعد أن أكماننا كل المراحل السابقة للكتابة بشكل جيد، تأتى المرحلة الأخيرة وهى مرحلة كتابة التحقيق الصحفى وتوجد ثلاثة قوالب فنية لكتابته تقوم جميعها على أساس البناء الفنى للهرم المعتدل، أي أن كل قالب لابد وأن يتكون من ثلاث أجزاء هي: المقدمة، الجسم، الخاتمة، وهذه القوالب هي:

١- قالب الهرم المعتدل المبنى على العرض الموضوعي:

في هذا القالب يعرض المحرر القضية أو المشكلة التي يتناولها تحقيقه بشكل موضوعي من خلال مقدمة يجب أن يحرص فيها على إثارة اهتمام القراء بالموضوع.

وهذه المقدمة يمكن أن تأخذ عدة أشكال، منها قيام المحرر بالتركيز على الزاوية الأساسية لموضوع التحقيق في حين يعرض كل زاوية من هذه الزوايا





بالتفصيل في جسم التحقيق، أما الخاتمة فيضع فيها خلاصة النتائج التي توصل البها.

وهناك أيضا المقدمة القصصية التي تستهدف إثارة عواطف القارئ وتعاطفه مع موضوع التحقيق.

وأبرز الأشكال التي بأخذها هذا القالب في كتابة التحقيق الصحفي بقوم على طرح مجموعة من الأسئلة التي تثير اهتمام القارئ بالموضوع، ثم يقوم بعد ذلك بالإجابة عن كل سؤال أو تساؤل منها في جسم التحقيق من خلال عرضه المعلومات والوقائع والبيانات التي حصل عليها ، وكذلك من خلال عرضه للمقابلات الصحفية التي أجراها مع الشخصيات التي ترتبط بالموضوع، ثم أيضاً من خلال البيانات والمعلومات التي جمعها عن الموضوع من أرشيف المعلومات في الصحيفة أو من الكتبة

أما خاتمة هذا التحقيق فهي تقدم خلاصة مختصرة للنتيجة أو النتائج التي توصل إليها.

التحقيقات الاقتصادية:

المنترض أن الصحافة تمثل الرأى العام بما تحمله الكلمة من معنى، والأمر- من وجهة نظر البعض- ممكن ومتاح، فيستطيع المحرر الاقتصادي أن يستلهم مواضع وقضايا التحقيقات الاقتصادية، من متابعته لما يحدث في سوق المال الوطنية والإقليمية والعالمية، بالإضافة إلى ما يسطره كتَّاب الأعمدة الصحفية في مقالاتهم التي تملأ الصحف اليومية، وما يلحق بهذه المقالات من تعليقات على مواقع الصحف على شبكة الانترنت، ولا ننسى ما تعج به الصفحات الورقية للصحف اليومية من مراسلات وتعقيبات القراء، والتي من الطبيعي أنها الوعاء المناسب للاحظات وشكاوي أفراد المجتمع.

فما على المحرر الاقتصادي إلا أن يحدد المواضيع الاقتصادية والمشكلات الاقتصادية التي يرى أهمية طرحها ، ويجمع ما يمكن جمعه من إحصائيات وأحداث





لها علاقة بالموضوع، ويتصل بالأشخاص المعنيين ليسمع تعليقاتهم على الموضوع، ومن
دلك يمكنه تحديد محاور التحقيق الصحفي، وعندها يصبح بإمكانه أن ينزل
لشارع بما حدده من محاور وما جمعه من إحصائيات عن الموضوع... ويعرض كل
لشارع بما حدده من محاور وما جمعه من إحصائيات عن الموضوع... ويعرض كل
دلك على عينة مختارة من الجمهور، ويحصل منهم على آرائهم ومالحظاتهم
وتعليقاتهم على الموضوع، ومن ثم يعرض القضية على شخص أو شخصين من
المنظرين الأكاديميين المستقلين ومثلهم من المهنيين المارسين بالقطاع الخاص، ولا
بأس من تدعيم كل ذلك برأي قانوني لشخص مستقل، إذا كان للموضوع مجال
للرأي القانوني أو التنظيمي... ثم يعرض كل ما توصل إليه على الجهة أو الجهات
الرسمية المنية بالتنظيم والرقابة على هذا الموضوع، بهذا الأسلوب نكون قد فتحنا
المجال المشاركة الرأي العام على الوجه المطلوب.. وعندها يمكن لنا أن نحصل على
مختلف الآراء التي ثمثل الرأي العام (بحق)، ولتصبح صحافتنا ساحة لتلاقح الآراء
المختلفة، ونعطي للمجتمع دفعة تمهيدية قوية للأمام.. على طريق مشاركة العامة في
الشرارات التنظيمية والتشريعية.

فمهما فتع المجال للكتّاب الصعفيين. ومنعوا نوعاً من المساحة الحرة للتعبير عن آرائهم، إلا أن الكتّاب أنفسهم لهم مصالح وقيود ومحددات خاصة، بخلاف ما يعتقده البعض من قيود صحفية تقليدية، فالكاتب في معظم الحالات، إما موظف أو أستاذ جامعي أو مستشار أو محلل مالي في إحدى الجهات الحكومية أو الهيئات المختلطة أو الشركات، وبالتالي لا ينتظر منه أن يتمتع بكامل الحرية في طرحه للقضايا العامة، فكل موضوع يدخل فيه يجده بصورة أو بأخرى يمس الجهة التي يعمل بها، ناهيك من أن معظم ما يحصل عليه الكاتب من معلومات، يأتي له بحكم عمله.. وهنا مأزق قانوني، فقد تستخدم هذه الثغرة على أنها إفشاء لأسرار تم الحصول عليها بالصفة الوظيفية.

ولذلك... فإن التحقيقات الصحفية تتميز على المقالات بأن المتحدث فيها يكون في غاية الاستقلال، كونه يتحدث وهو متحرر من أي ضغوط أو محاذير كالتي يحسب لها المحرر أو الكاتب الصحفى، وهنا تكون ساحة الراوي أو المحرر



الصحفي بريتة لأنه في هذه الحالة يصبح ناقلاً لوجهة نظر الرأى العام أو واقع المشكلة الاقتصادية ، وعليه فقط مسؤولية أمانة النقل والتوثيق لكل ما ينقل...

وهناك العديد من البرامج التلفزيونية الاقتصادية التي تبرز رأى المواطن في بعض المواضيع، لكن ذلك لا يفني عن قول المهنيين الممارسين والأكاديميين في المجال، للرد على رأى الجهة المعنية، حتى تكتمل الصورة لدى الشاهد ليتمكن من الوصول إلى قناعة كافية عن الموضوع.

باعتباره شخصاً مهنياً مكلفاً ومعرضاً للمساءلة عن مصدر المعلومة.

القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها:

لا يوجد فرق كبير في نوعية الأخبار المعروضة اليوم على التي كانت تنشر في الماضي، فالكم الكبير من الأخبار كان ولا يزال يتناول الأنشطة الرسمية والاقتصادية والتجارية والأحداث الكبرى إضافة إلى الأخيار الاجتماعية والمتعلقة بالشاهير ذات الأهمية.

إن الاختلاف الوحيد يكمن في وجود جمهور واسع لوسائل الاعلام الجماهيرية والذي يتميز بالعدد الكبير والتنوع الكثير، من هنا أصبح لزاماً على المؤسسات الإعلامية مهما كان نوعها أن تتبع سياسة تتوبع الأخبار لكسب عدد أكبر من الجمهور ، ويكون ذلك بتقديم الأخبار ذات الأهمية أو الحدارة لنشرها أو عرضها، وذلك ما يسمى بالقيمة الأخبارية..

ولكننا أبضأ نلاحظ من خبلال تتبعنا للأحداث اليومية وتباول وسبائل الإعلام لها يكون متبايناً من وسيلة إلى أخرى ومن مؤسسة إلى أخرى، فهناك من الصحف من يتناول خبراً ما في الصفحة الأولى أو يعطيه ملفاً كاملاً، وهناك من لا يتناوله أصلاً أو قد يشير إليه في بضع أسطر، كما أن هناك من النشرات الإخبارية الإذاعية أو التلفزيونية ما يهتم بموضوعات محددة ويتبع سياسة ما في طرح وترتيب الأخبار، وأخرى تخالفها تماماً في التوجه، وحتى عرض الصور المرتبطة بالخبر تخضع إلى نوع من القص فنشاهد صوراً متباينة لخبر واحد من قناة إلى أخرى.



إذن بعدما قلنا أن المؤسسات الإعلامية نتبع سياسة تنويع الأخبار في نشراتها وتقديم الأخبار ذات الأهمية والجدارة أو بإتباع ما يسمى بالقيمة الخبرية، نجد الآن اختلاف أهمية الأحداث ونسبة الجدارة والاستحقاق لنشرها بالنسبة لكل مؤسسة إعلامية، أي أن كل مؤسسة لها وجهة نظرها حول الأحداث ولها قيمها الإخبارية الخاصة بها، ولتكوين تلك النظرة هناك عوامل عديدة ومؤثرات في القيم الإخبارية.

سنحاول هنا أن نبين ما هي القيمة الخبرية في نشرات الأخبار من خلال تحديد بعض المفاهيم والمصطلحات أولاً وهي القيمة والخبر والقيمة الخبرية، ثم الملاقات التي ترتبط بالقيم الإخبارية وهي عناصرها ومحدداتها والعوامل المؤثرة فيها وتدخلها في بناء النشرات وتصنيف الأخبار، فما العناصر التي تحددها حتى نقول عن خبرما أنه يحمل قيمة خبرية ثوما الظروف والعوامل التي يمكن أن تؤثر في القيم الإخبارية في كل وسيلة إعلامية لنشراتها أو أخبارها؟

مفهوم القيمة :

تشتق كلمة القيمة في اللغة العربية من القيام، وهو نقيض الجلوس، والقيام بمعنى آخر هو العزم، ومنه قوله تعالى: ﴿ وَأَنَّهُ لَمَّا قَامَ عَبُّدُ اللّه يَدُعُوهُ ﴾ (سورة الجرن/١٥)، أي لمّا عزم، كما جاء القيام بمعنى المحافظة والإصلاح، ومنه قوله تعالى: ﴿ الرِّجَالَ قُوْلُهُ وَلَا الشّوام فهو العدل، وحُسن الطول، وحُسن الاستقامة .

كما تدل كلمة القيمة على الثمن الذي يقاوم المتاع، أي يقوم مقامه، وهي ما يقدر به الشيء للتثمين والتمييز، وجمعها فيمً، وقيمة الشيء في الدور الذي يقوم به، مثل قوله تعالى ﴿ فَيَهَا كُنُّ الْبُنِيَةُ ﴾ (سورة البينة/ ٣) وهنا دلالة على القيمة المرتمعة.

ومع مرور الأيام شاع استعمال كلمة القيمة، فأصبحت تدل على معان أخرى متعددة، فيرى علماء اللغة مثلاً أن للكلمات قيمة نحوية تحدد معناها ودورها في الجملة، وأن قيمة الألفاظ تكمن في الاستعمال الصحيح لها، كما يستعمل



أي قيمة المبادلة.

علماء الرياضيات كلمة القيمة للدلالة على العبد الذي يقيس كمية معينة، ويستخدمها أهل الفن كونها تجمع بين الكم والكيف، وهي بهذا تعبّر عن كيفية الألوان، والأصوات، والأشكال والعلاقة الكمية القائمة بينها، كما يستخدمها علماء الاقتصاد للدلالة على الصفة التي تجعل شيئاً ممكن الاستبدال بشيء آخر،

يتضح مما سبق أن مفهوم القيمة (Value) من المفاهيم التي يشوبها نوع من الغموض والخلط في استخدامها، وهذا نتيجة لأنها حظيت باهتمام كثير من الباحثين في تخصصات مختلفة، ولهذا اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد لها، ومرد ذلك الاختلاف يعزى إلى المنطلقات النظرية التخصصية لهم، همنهم: علماء الدين، وعلماء النفس، وعلماء الاجتماع، وعلماء الاقتصاد، وعلماء الرياضيات، وعلماء اللغة... الخ، فلكل منهم مفهومه الخاص الذي يتفق مع تخصصه، ومن هؤلاء العلماء (بري Parry) الذي يعرف القيم بأنها الاهتمامات، أي إذا كان أي شيء موضع اهتمام فإنه حتماً يكتسب قيمة، ومنهم من يعرفها بالتقضيلات مثل (ثورندايك، وهناك من يعرف القيم بأنها مرادفة للاتجاهات مثل بوجاردس)، وكثير من علماء النفس يرون أن القيمة والاتجاه وجهان لعملة واحدة، أما (كلايدكلاهون فيعرف القيم بأنها أهوار حول ما هو مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه).

واستناداً إلى ما سبق من تعريضات يمكن تعريف القيم بأنها: عبارة عن المعتقدات التي يحملها الفرد نحو الأشياء والمعاني وأوجه النشاط المختلفة، والتي تعمل على توجيه رغباته واتجاهاته نحوها، وتحدد له السلوك المقبول والمرفوض والضواب والخطأ، وتتصف بالثبات النسبي.

مفهوم الخبر:

فيما يخص التعريف اللغوي العربي فإن البلاغيين العرب لم يتفقوا على تعريف واحد للخبر، وإن شاع تعريف القزويني له قديماً وحديثاً وهو أن الخبر كل كلام يحتمل الصدق والكذب لذاته...





ويؤكد ذلك تعريف فخر الدين الرازي بقوله: إنه "القول المقتضى بتصريحه نسبة معلوم إلى معلوم بالنفي أو بالإثبات، ومَنْ حَدَّه بأنه المحتمل للصدق والكذب المحدودين بالخبر لزمه الدور، ومن حَدَّه بأنه المحتمل للتصديق والتكنيب المحدودين بالصدق والكنب وقع في الدور مرتين".

أما اصطلاحاً في علوم الإعلام والاتصال فكثيراً ما كنا نقرأ في كتب الصحافة تعريفات للخبر تكاد تلتقي في مفهوم عام وهو أن الخبر وصف لحدث آني يحظى بالاهتمام.

وقد مضت عقود طويلة ظل فيها هذا المفهوم العام راسخاً في أذهان كتّاب الخبر والمحررين والمراسلين النين وجدوا إن مهمتهم الصحفية تقوم على اطلاع القراء وتتويرهم بما يجري من أحداث. فقد عرف فور تكليف الخبر ونشرم عام ١٨٦٥ بأنه الإثارة والخروج عن المألوف. فعندما يعض الكلب رجلاً فهذا ليس بخبر ولكن عندما يعض الرجل كلباً فهذا هو الخبر.

وعرف د. عبد الستار جواد الخبريانه شيء لا نعرفه من قبل، شيء نسيته أو انك لم تفهمه.

أما الدكتور سعيد السيد فيقول في تعريفه للخبر: هو أي حدث له مدلول اجتماعي له تأثير على حياة الناس.

والخبر الكامل هو الذي يعطي الإجابات الوافية والكاملة على الأسئلة السنة التالية:

- ا-- من.. من الذي لعب الدور الأول في وقوع الحدث.
 - ٧- متى.. زمن وقوع الحدث.
 - ٣- أين.. مكأن وقوع الحدث.
 - ٤- ماذا.. ماذا حدث.
 - ٥- كيف. تفاصيل الحدث.
 - ٦- لماذا.. أوليات أو خلفيات الحدث





وليس بالضرورة أن تتوفر في الخبر الإجابة على الأسئلة السنة ولكن المحرر الصحفي يسمى دائماً ليضمن خبره الإجابات على ما يستطيع من هذه الأسئلة. ويمكن تحديد وظائف الأخبار لتتمثل فيما يلى:

وظائف الأخبار:

(بالنسبة للأفراد):

- ١- مراقبة البيئة: (تجنب المخاطر التي تهدد وجود الإنسان واقتناص الفرص التي تكفل استمراره)، حيث تنوب وسائل الإعلام عن الجمهور في جمع وتفسير الأخبار بغرض مراقبة البيئة التي تحيط بهم لفهمها والتكيف معها.
- ٢- الإثارة: فقد يتوجه البعض لمتابعة الأخبار بسبب الرتابة والملل، وهذا العنصر يتغير من يوم لآخر ومن شخص لآخر.
- 7- زيادة الإحساس بالشاركة في الأحداث العامة: ويكون ذلك بسبب الاطلاع
 المستمر على مجريات الأمور أو يؤدى به إلى المشاركة السياسية.

(بالنسبة للسلطة النتفيذية):

١- توجيه الأفراد نحو ما يراه النظام:

أهداف ظاهرة مباشرة: المشاريع والقوانين والإنجازات. أهداف غير مباشرة: الدفاع عن سياسة الحكومة والدعاية لها.

٢- تأكيد شرعية النظام.

تعريف القيمة الإخبارية:

تمرف القيم الخبرية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم.



الباحثين في مجال الاعلام.

وللقيم الإخبارية مجموعة من العناصر التي تقوم عليها كي تجعل من الحدث يرتقى إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهور، وهذه العناصر تختلف من

كما أن القيم الإخبارية هي من أعوص معاني البنيات في المجتمع المعاصر وذلك لما تحمله من معان إيديولوجية وذهنية، أي أن التمايز في الأنظمة الاجتماعية والسياسية والقيمية والإعلامية على مستوى العالم له أثر في إيجاد اختلاف للقيم الإخبارية التي يقدمها كل نظام.

إذن فدلالة القيم الإخبارية تدل على وجود بنية معقدة للخبر على أساس أبعاد القيمة المتعددة، نظرية أو نفعية، فكرية أو إيديولوجية أو دينية.

ويقوم الفهم الدفيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي سنتقل إلى الجمهور، وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، فكل وسيلة لها فيمها الإخبارية الخاصة بها التي تتبع من طبيعتها.

العلاقات المساعدة على فهم القيم الإخبارية:

العناصر المحددة للقيمة الإخبارية:

۱- الجدة (الحداثة):

إن عنصر الجدة أساسي للغاية في الأخبار فهي أي الأخبار - تفقد ثقلها وأهميتها في الأخبار عنصر استقطاب المتعملة الشخص المتلقى (قارئ، مستمع، مشاهد).

ويتعلق عنصر الجدة وحداثة الأخبار أيضاً ويتأثر بتطور أدوات الإنتاج والتوزيع التي شهدت - سواء المطبوع منه أو المسموع أو المرئي - تطوراً كبيراً حيث ظهرت تقنيات جديدة في مجالات الجمع الإلكتروني والطباعة والتصوير والإنتاج التلفزيوني أدت إلى اختصار الوقت وزيادة الجاذبية والإبهار.

كما تطورت صناعة الكمبيوتر في مجال خدمة المعلومات جمعاً وصناعة وتوزيعاً، ول تبطت بتقنية الكمبيوتر تقنية الاتصال سواء في مجال الإنتاج أو التوزيع





أو البث فزادت من كفاءة كل منهما ، وأكملت التطورات الكبيرة في مجال تقنية الاقمار الصناعية وشبكات التطور الاقمار المساعية وشبكات التطور الإعلام المالية والمعامل وفتحت أمام الإعلام آفاقاً رحبة وواسعة للانتشار والتأثير.

٢- التأثير:

يقصد به إثارة اهتمام أكبر عند من الناس، فمن الأخبار ما يمس جماعة قليلة من الناس في المجتمع فلا يؤبه له كثيراً في الصحف ووسائل الإعلام، ومن الأخبار ما يمس أكبر عند ممكن من أفراد المجتمع، أو يمس مرفقاً من أهم المرافق الحيوية في هذا المجتمع، أو يمس مشكلة من أكبر المشكلات السياسية أو الخلقية أو الاقتصادية التي تهم المجتمع، وإذ ذاك ترى وسائل الإعلام تخصص لهذا الخبر الضخم مكاناً ظاهراً في صدرها.

وعنصر الضخامة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالدلالة الإعلامية، ومدى اهتمام الناس بها، تقول القواعد الأولى في علم حساب الأخبار أن نبأ حادثة أصابت ألف شخص أهم من نبأ حادثة أخرى أصابت ١٠٠ وقرار قاض في المحكمة أو تفسيره لإحدى مواد القانون إجراء فني بحت، ولكنه في الوقت ذاته يؤثر في حياة الملايين، ويستطيع الصحفي أن يكتب موضوعاً مثيراً بيين فيه نتائج القرار على حياة العامة، (ويجب التأكيد على تأثير الخبر لأنه قد لا يفهم الجمهور تأثيرات بعض الأخبار في بعض الأحبار في الحين نقية تلكون معقدة الفهم).

٣- الشهرة:

يقال أن (الأسماء تصنع الأخبار) وأن (الأسماء اللامعة تصنع الأخبار الهامة). وكل إنسان يحب الأبطال والساسة البارزين في الهيئة الاجتماعية ، وكذلك يحب الرياضيين والفنانين وملايين من الناس يقبلون منهم على قراءة قصص المكتشفين والرحالة ومغامرات أصحاب الملايين.

وقد تكون الشهرة مؤقتة سواء كانت لأشخاص أو أماكن أو أشياء أو حوادث تثير اهتمام القراء، مثل اكتشاف مقبرة توت عنخ آمون أو معركة انتخابية،



أو أحداث لبنان، أو أنفلونزا الطيور وقد يستمر أثرها على الناس مثل قضية ووتر جيت أو قضية "مونيكا لوينسكي" أو موضوع تحديد النسل أو استنساخ البشر، وسيصر ملايين الناس على معرفة التفاصيل إذا وقع حادث لإنسان مثل رئيس الحمهورية أو الملك أو فنان ما أو أحد الرياضيين.

وإذا قال أحد الأساتذة: ينبغي إعادة النظر جيداً في قانون الأسرة الأخير فليس في هذا القول خبراً ، لأنه إنسان غير مسؤول ولا يهم الرأي العام ولكن إذا أعلن وزير الشؤون الدينية هذا التصريح أصبح خبراً ينشر في مكان بارز.

ولكننا في المقابل لا ينبغي أن نسلم بالمبدأ القائل أن الأسماء تصنع الأخبار، لأنه ليست كل أفعال الشخصية الشهيرة تعد أخبار ولكن يجب وجود عناصر أخرى من عناصر القيمة الخبرية.

3- الصراع:

هناك مثل هولندي يقول الأخبار الجيدة تمشي والأخبار السيئة تجري. وكهذا المثل فإن وسائل الإعلام تتبع دوماً الأخبار التي تتمتع بالسلبية وخصوصاً إذا وجد الصراع بين جهتين أو أكثر.

"كما أصبحت ظاهرة الإرهاب تتصدر اهتمامات وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنواعها... فرض الإرهاب نفسه وأصبح اللفة الأكثر تداولاً في العالم وأصبحت ظاهرة الإرهاب من القيم الخبرية التي تعتمدها الجرائد والمجلات ومختلف وسائل الإعلام، كما أصبحت نشرات الأخبار تتفنن في تقديم صور مختلفة عن الأعمال الإرهابية التي أصبحت تنشر يوماً بعد يوم في دول عديدة من العالم. وبالنسبة لمعظم وسائل الإعلام الغربية وخاصة تلك التي تركز على الإثارة وعلى بيع الغرابة والعنف والجريمة فإن الإرهاب يعتبر مادة دسمة مريحة تساعد المؤسسة على زيادة المبيعات وجني أرباح طائلة، فالإرهاب أصبح لغة هذا القرن".



٥- القرب:

فالقرابة مثلاً في وسائل الإعلام الغربية لها مفهوم جغرافي ونسبة مكانية، وهذا المفهوم يستخدم بمعنى أخص منه في العالم الإسلامي، فالأخبار القادمة من أماكن بعيدة مثل اندونيسيا، الصبن، أفريقيا، وأمريكا اللاتينية، تحذف من وسائل إعلامهم عندما يكون مخاطبوها في أماكن آخرى مثل أمريكا والشرق الأوسط، أما القرابة في الإسلام، فليس لها مفهوم جغرافي ولا مكاني، وإنما لها مفهوم ثقافي، أي أن حوادث الأمة الإسلامية تتعلق بالعالم الإسلامي، بقطع النظر عن القوميات والدول، فالمصالح الشخصية لا تتدخل في صياغة الخبر، والأخبار والمعلومات بالنسبة للأمة الإسلامية هي بضاعة اجتماعية لا صناعة ثقافية.

٦- التداول:

وهذا العنصر يمثل خاصية الاستمرار في تداول الخبر حتى يأخذ جدارته وأهميته الصحفية ويجعل من المجتمع يتغير تجاه قضية ما كانت تبدو صغيرة ولكن مع الاستمرارية في تداول هذا الموضوع يصبح حدثاً هاماً بالنسبة للجمهور.

٧- الفرابة:

ويمكننا لتوضيح هذا العنصر بطريقة سهلة وخفيفة بالاعتماد على معادلة تشرح عنصر الفرابة أو الإثارة:

> نبأ عن: رجل عادي عمره ٨٠ سنة + حياة عادية = صفراً. ونبأ عن رجل عادي عمره ٨٠ سنة + رحلة مفامرة = خبراً. رجل عادي عمره ٨٠ سنة + زوجة شابة ١٨ سنة = خبراً.

رجل عادي ٨٠ سنة + زوجة شابة ١٨ سنة + ٢ توائم = خبر أكثر أهمية.
ومثل هذا النوع من القصص الطريفة لا يمكن أن يهمل بمجرد اختفاء
المناصر الإخبارية الأخرى، بل يكفى أن يكون "غربياً" لكى يكون "خبراً" ذلك



أن مثل هذا الخبر قد يعيش في أذهان جمهور القراء أكثر مما يعيش خبر استقالة موظف كبير بسبب خلافه مع بعض زملائه في العمل، وتذهب بعض الصحف إلي أن عناصر التسويق والإثارة والطرافة و الروعة من أهم سمات الخبر الجيد.

تباين عناصر القيمة الغبرية:

وفي كثير من الكتب المنهجية التي تدرس في المعاهد والجامعات في العالم تباينت عناصر القيمة الخبرية أو شروط الخبر فقد ذكر الألماني كاسبر ستيلر في عام ١٦٩٥ العناصر التالية.

- ١- الجد والطرافة.
 - ٢- قرب المكان.
 - ٢- التأثير.
 - 3- Il'apri.
 - ٥- السلبية.

ومن أكثر الدراسات التي تناولت عناصر الخبر جدلاً هو ما ذهب إليه كالتونك وماري روج في الدراسة التي نشرت في كتاب (صناعة الأخبار) لمولفيه كوهين ويونك.. وهذان الباحثان النرويجيان يريان أن هناك احتمالاً أكبر لنشر الأحداث إذا كانت تلبي أياً أو بعض أو عدة معايير من المعايير الآتية:

- ا- نسبة الحدث: وهي تتعلق بالوقت الذي يستفرقه وقوع الحدث بشكل يتناسب مع وقت الوسيلة الإخبارية فعادث اغتيال مثلاً أكثر جدارة صحفية من تقدم بطئ لأحد بلدان العالم الثالث.
- ٢- الضغامة: كلما كان الحدث أكبر كان أفضل وكلما كان
 دراماتيكياً كلما زادت قوة تأثيره وتحقيقه 11 يسمى باندفاع الجمهور.
- الوضوح: كلما كانت الأحداث واضحة ومعددة كلما سهل على الجمهور
 ملاحظتها وسهل على المراسلين التعامل معها.





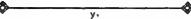
- الألفة: وهذه الخاصية الخبرية تتعلق بالجماعة وبالقرب الثقافي وبما يتناغم مع الجمهور المتلقى فالأشياء القربية منا تعنينا أكثر من سواها.
 - التماثل: هذا يعنى درجة الثقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.
- الدهشة المفاجأة.. لابد أن يكون الحدث مفاجئاً وغير متوقع أو نادر ليكون الخبر حيداً.
- ٧- الاستمرارية: وهذه الخاصية تفترض أن يكون الخبر جديداً ليقم في عناوين الصحف ونشرات الأنباء وان تستمر جدارته الصحفية حتى عندما تتضاءل ضخامته.
- ٨- التشكيل/ التركيب: إن الحاجة في تحقيق التوازن في نشر الأخيار تجعل المحرر أو الناشر بطرح بعض العناصر المتناقضة، مثل نشره بعض الأخبار المحلية إذا كانت غالبية الأخبار المنشورة في الصحيفة هي أخبار خارجية، أو أن ينشر بعض الأخبار الحقيقة والمشوقة إذا كانت نسبة الأخبار التي تبعث على التشاؤم عالية.

وفي كتابة المشهور الرأى العام الذي صدر عام ١٩٢٢ ذكر وولتر لييمان العناصر التالية:

- أ- وضوح الحدث.
- ب- الغرابة والدهشة.
- ج- القرب الجغرافي.
- د- التأثير الشخصي.
 - هـ- الصراع.

وقد سرد الباحثين العناصر الأساسية المعتمدة في صحافة العالم الثالث والتي تؤكد على النتمية الاقتصادية والثقافة الوطنية وإبراز صورة مشرفة عن العالم الثالث وهي:

- ١- التنمية.
- ٢- السؤولية الاجتماعية.





- ٣- التكامل الوطني.
 - ٤- التثقيف.
 - ٥- قرب الكان.
- ٦- الاهتمام الشخصي.

وتتجلى هذه العناصر في طريقة عرض الأخبار في صحافة العالم الثالث حيث يتم إبراز الأخبار الايجابية وإنشاء المشاريع والمصانع وحملات التطعيم ضد الأوبئة ومحو الأمية ونشاطات زعماء هذه الدول. كما يتم حجب أخبار العنف والجريمة والفساد والفضائح والسياسات الخاطئة.

ومن الناحية العملية فهناك عناصر أساسية تدخل في تشكيل بنية الخبر وتتكامل داخل هيكله العام بشكل متجانس يعطينا خبراً وهي:

- أن يكون الخبر حقيقياً أى وقع فعلاً.
- أن يكون مثيراً أو يهم أكبر عدد ممكن من الناس.
 - "" أن تكون لفته بسيطة وموجزة لكنها متينة البناء.
 - ٤- الجدة أو الحداثة.

العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية:

في دراسة العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية نجدها تختلف من عوامل سياسية وفكرية واقتصادية واجتماعية وأيضاً أخلاقية، سوف نتطرق في البداية إلى العوامل السياسية والفكرية أي علاقة البنية الفكرية للسلطة وللمؤسسة الإعلامية وتأثيرها المباشر في القيم الإخبارية، ثم ننظر في العوامل الأخرى وهي أقل تأثيراً أو ذات تأثير غير مباشر.

أولاً- السلطة السياسية:

الملاقة الموجودة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام موجودة في كل دول العالم وتطرح على أنها إشكالية نتمثل في تدكم السلطة السياسية في وسائل الإعلام، وهذا التحكم يرجع إلى الطبيعة البنيوية للمؤسسة السلطوية المتمثلة في

♦



الدولة أو الحكومة والتي تقوم على أساس ممارسة السلطة الحكم، في حين أن المؤسسة الإعلامية تقوم على الإسهام في تشكيل وعي الأفراد ولها دور فعال في تشكيل الرأي العام، وبالتالي لابد أن تقوم السلطة السياسية في محاولة لاستمرارها بالهمنة على وسائل الإعلام والسيطرة على إنتاج الأفكار والمعلومات لتكييفها حسب رأي السلطة، فتصبح القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية تتماثل وتتماشى تماماً مع رأى السلطة السياسية فيما ينشر وما لا ينشر.

الالتفات حول وسائل الإعلام من طرف السلطة يرجع إلى أن الدولة لها أفكارها الخاصة بها ترغب بإيصالها إلى الناس ليلتفوا حولها ولتستمر وتقوى وهذه هي طبيعة السلطة، يقول الكاتب والمنتج التلفزيوني الأسترالي: "الحكام الجدد هم نفسهم الحكام القدامى، لكن بوجوه جديدة وتقنيات سيطرة جديدة، هناك إمبريالية غير مباشرة، ناعمة أحياناً وخشنة أحياناً، تستخدم التكنولوجيا والشركات العابرة للقوميات والإعلام والمعلومات والشعارات المعولة".

وتجدر الإشارة إلى أن (اختلاف الأنظمة الفكرية والاجتماعية والاقتصادية لها دور كبير في تحديد العلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام) فيمكن لهذه الأخيرة أن تكون سلطة رابعة بينما بمكنها أن تكون جهازاً من أجهزة الدولة، ففي الاخيرة أن تكون سلطة رابعة بينما بمكنها أن تكون جهازاً من أجهزة الدولة، ففي الولايات المتحدة، الأمريكية "لا يجوز أن يُصدر الكونفرس أي قانون... يحدُ من حرية الصحافة..." بحسب (التعديل الأول، وثيقة الحقوق، دستور الولايات المتحدة، ١٩٩١) مثلاً، وقفت المحكمة العليا الأمريكية إلى جانب الصحف ضد الحكومة في مسئلة السماح للصحف بنشر ما عُرف فيما بعد "بوثائق البنتاغون"، وقد نشرت الصحف هذه الوثائق السرية لحرب فيتنام، بعد أن حصلت عليها بصورة غير رسمية، رغم الاعتراضات الحكومية.

ويلاحظ أن هناك تبايناً في حدة العلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام في الغرب ودول العالم الثالث أي أنها موجودة دائماً في كل الدول- ورغم ذلك التباين هناك تحكم في وسائل الإعلام بميكانيزمات تختلف من دولة إلى أخرى ونتمثل في: الميكانيزم التشريعي، الميكانيزم المالي، ميكانيزم الرقابة.



عن طريق التشريع: حيث تسن السلطة مجموعة من القوائين يجب على الرسالة الإعلامية التقيد بها، وبالتالي فإن هذه القوانين تحدد القيم الإخبارية للوسيلة

الإعلامية كما أن حرية التعبير (تنتهى بمجرد استغلال السلطة لسلطتها وتوظيف العدالة لضرب كل من يتحرأ على انتقادها).

وإذا نظرنا إلى التشريع الأمريكي فإلى جانب المبادئ المستندة على الدستور ، لا يوجد هناك ما يُذكر من القوانين أو الأنظمة التي تتعلَّق بممارسة العمل الصحافي، فالحكومة الأمريكية لا تمنح تراخيص لممارسة العمل الصحفي، ولا تتحكُّم بمستلزماته من ورق الصحف وحبر الطباعة، لكن من جهة أخرى، يخضع الصحافيون إلى نفس القوانين المطبقة عموماً على بقية المواطنين.

ب- عن طريق التمويل: أو سلطة المال، حيث أن تمويل وسائل الأعلام بعود إلى المصلحة الذاتية للممول (مهما كانت: السلطة السياسية أو الحماعات المالية أو حماعات الضغط).

وسلطة المال لها فاعلية كسرة حيث أن السبطرة المالية تحمل من وسائل الإعلام في موضع التأييد للممول دائماً وتضع قيم المول في موضع قيمها، هذا الخط المنتهج من طرف الدولة سوف يؤثر في إيجاد حرية خرافية للتعبير، فاحتكار الدولة للإعلان المؤسساتي والمطابع تعد عراقيل أمام حرية التعبير

ج- عن طريق الرقابة: وهنا حسب رؤية الأستاذ سمير لعرج فإن المكانيزمين السابقين أي التشريعي والمالي لا يكفيان لإحكام القبضة على مضمون وسائل الإعلام، والأنظمة السياسية تستدعى فرض رقابة معينة لا تتعارض مع إيديولوجيتها، ففي الفرب يؤكد على ما يريده الجمهور بينما في دول العالم الثالث فيركز على ما يحتاج إليه الجمهور، ولا شك أن ممارسة هذه الرقابة يؤدى إلى انعدام المراقبة الذاتية وطبعاً إلى توجيه القيم الإخبارية للمؤسسة الإعلامية بمراقبة ما ينشر وما لا ينشر.





وفي دول المالم الثالث والوطن العربي عموماً هناك من الرقابة الفروضة على الأداء الإعلامي ما يحد من حرية الإعلام ويجعل القيم الإخبارية خاضعة للدولة، مع تفاوت تلك الرقابة المفروضة من نظام لآخر:

- رقابة مسبقة على مضمون الرسالة الإعلامية المحلية.
- · رقابة قضائية على القرار الإداري بإلغاء الصحيفة أو تعطيلها.
 - رقابة على مضمون الرسالة الإعلامية الواردة من الخارج.
 - رقابة على بيع وتداول المطبوعات.

ثانياً - تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الإخبارية:

بعد دراستنا لهمنة السلطة السياسية على الوسيلة الإعلامية النابع من بنية السلطة وطبيعتها ، سوف نحاول التطرق إلى تأثير الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها على القيم الإخبارية ، ذلك لكوفها دائماً تعبر عن السلطة السياسية والإيديولوجية الفكرية لها أو أنها تحمل أفكاراً أخرى تريد أن توصلها إلى الناس حتى وإن كانت تتاقض الحكومة ، فالوسيلة الإعلامية عنصر من العناصر المحددة للقيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها حيث تتجلى السياسة الإعلامية لأي مؤسسة في قيمها الإخبارية.

إن القائم بالاتصال في إطار المؤسسة الإعلامية يعد عنصراً فاعلاً في إنتاج المعلومات وانتقائها وهو يعمل بمنطلق خضوعه للسياسة الإعلامية للمؤسسة التي ينتمي إليها وللسلطة السياسية، (ويظهر تأثير الضغوط التي تتعرض لها غرفة التحرير الأخبار في تحديد ما الذي سيتم استخدامه وما الذي سيتم حذفه) والقائم بالاتصال يتعرض منذ البدء في جمع وانتقاء الأخبار إلى نوعين من التأثير: تأثير هامشي يتمثل في الضمير الصحفي وقيمه، وهذه القوى تمارس تأثيرها على القائم بالاتصال دون سيطرة على مضمون الرسالة، وثانياً تأثير مركزي يتمثل في تأثير النظام الاجتماعي وقاعة التحرير وسياسة النشر.

يقول الدكتور عبد الله غلام الله وزير الشؤون الدينية في الجزائر: "إن هذه الفرعونية التي يفرضها بعض الناشرين الذين يدعون أن صحافتهم حرة لا تبشر بخير





ما دامت تسخر أقلام الصحفيين إلى ما تراه هي ولا تأذن بنشر إلا ما ترى وقد تسيء إلى أنـاس وتـشوه أفكـاراً أو تسخر بقـيم عانـت الإنـسانية عـصوراً طويلـة لبلورتهـا وتثمينها..".

وتأثير السياسة الإعلامية يبرز لنا من خلال طريقة التعامل مع الأحداث وكيفية إيصال الرسالة الإعلامية بما يكون متكيفاً في الغالب مع النظام السياسي والاجتماعي، ويكون ذلك باستعمال القائم بالاتصال للأسلوب التالي ذكره:

أ- الأسلوب اللفظي: حيث تستعمل هنا الألفاظ ذات الأبعاد والدلالات التي تعبر عن السياسة المتبعة والإيديولوجية المسيطرة على الإعلام، فيكون انتقاء الألفاظ دقيقاً ومعيناً يعطي الرسالة الإعلامية بعدها الإيديولوجي والسياسة المتبعة لدى السلطة وفي تلك المؤسسة، فالقول مثلاً (العمليات الاستشهادية في فلسطين، والمقاومة والأراضي المحتلة) دلالة على أن القائم بالاتصال يحمل فيماً تزيد تلك الأحداث وقيماً تناقض فيم الرسالة التي فحواها ألفاظ (العمليات الانتحارية، والإرهاب والأراضي الإسرائيلية) وهي ألفاظ تتناقض تماماً مع ألفاظ الرسالة الأولى مما يبين الأفكار والإيديولوجية التي يحملها كل صاحب رسالة إعلامية وأن المؤسسة الإعلامية تؤثر في القائمين بالاتصال داخلها نحو إتباع سياستها الاعلامية.

(ويمكن القول هنا إن صياغة القيمة الإخبارية انعكاس للاحتياط الدلالي والمريخ لم يحمله القائم بالاتصال).

ب- أسلوب الصورة: وسواء كانت الصورة الفوتوغرافية أو الكاريكاتيرية أو التافزيونية فلها دور بارز في ما يراد إيصاله من الرسالة الإعلامية، وهذه الصورة يمكن أن تردي دوراً أكبر من نص الخبر وهي أبلغ من كل تعبير، وخاصة الصورة التلفزيونية لأنها عبارة عن صورة مباشرة فالصورة الإخبارية المتحركة لها قوة وتأثير المكلمة، ويتضع ذلك في الأحداث ذات الأهمية الخاصة والتي يمكن للمشاهدين متابعتها لحظة بلحظة.





(إن الصورة لها قيمة إخبارية تشع من الأبعاد التي نعطيها لها) فالقائم بالاتصال لا يوصل صوراً لم يضع لها أبعاداً سواء عند آخذ تلك الصور أو عند وصولها إلى قاعة التحرير، وهذه الصور ستصل إلى الجمهور كما يريدها القائمون بالاتصال إما حسب البعد الذي أراده ملتقط الصورة أو بالحذف من قبل قاعة التحرير أو عدم نشرها.

ثالثاً - القيم الإخبارية والإيديولوجية:

يقول هاربرت غانس (إذا انطوت الأخبار على قيم ما فإنها تنطوي على الإبديولوجية، ومع ذلك فإن الإبديولوجية حاصل جزئي فقط عبر كامل القيم التي هي ليست لا بالمنسجمة تماماً ولا بالمندمجة كلياً) ومعنى ذلك أن القيم الإخبارية هي عبارة عن قيم موافقة للإيديولوجية.

ولكي يصبح الحدث في مستوى الخبر ليذاع أو ينشر عبر وسائل الإعلام يجب أن يتضمن قيمه الإيديولوجية والفكرية أي أن تأثير الإيديولوجية بيرز في عملية التخاذ القرار بشأن الأحداث التي يجب تغطيتها، وهذه العملية تكون في أيدي رؤساء التحرير والناشرين والمحررين وحتى المغبرين أشاء جمع الأخبار، وتكون لديهم غالباً أفكار محددة في الطريقة الواجب إتباعها أشاء التحرير، وحتى وإن كان القائم بالاتصال يتمتع بالحرية والاستقلالية إلا أن هناك طريقة ما للتعرض لإيديولوجية ما، كما أن مبدأ الحرية في حد ذاته إيديولوجية أي أن القائم بالاتصال قد تأثر بإيديولوجية الليبرائية، إضافة إلى أن الحرية الإعلامية تؤدي بالشخص لإبداء رأيه بحرية ولا يمكن أن يكون رأي القائم بالاتصال بعيداً عن إيديولوجية.

ونستطيع بكل تأكيد أن نفكر بمعية "رجيس دوبري" في كتابه (السلطة الفكريـة في فرنـسا) بأن الإعـلام اليـوم أصبح أداة الدولـة المهيمنـة في الحقـل الإيـديولوجي، ولتوضيح ذلك مثـال الإعـلام الرسمي الحكومي والتركيـز على الأخبار التي تركز على الأحداث الوطنية مثل تدشـين مرافق عامـة ومؤسسات ومصانع وغيرها من الإنجازات التموية الوطنية، هذا التركيز يعود إلى أن تلك القيم





الاخبارية خاضعة بشكل كبير إلى الإيديولوجية التي تطرحها السلطة والسياسة الإعلامية أي أن القيم الإخبارية تكتسى القيم الإيديولوجية.

كما أن القيم الإخبارية تختلف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى باختلاف القيم الإيديولوجية، وكل مؤسسة إعلامية ولها قيمها الإخبارية التي تعكس قيمها الإبديولوجية والاجتماعية والفكرية والثقافية والاقتصادية.

لكل وسيلة إعلامية أهدافها التي تراعى القيم الإيديولوجية ولها إعلامها الذي يختلف عن الإعلام الآخر بتحكم الايديولوجيات المختلفة، فالقيم الإخبارية إذن (عبارة عن بنية قيمية وإيديولوجية وذهنية وليست عبارة عن رصد أحداث وقعت أو عناصر إخبارية لا تعكس مضمون القيمة التي يحملها الخبر)، نفهم أن الأحداث يجب أن تتضمن قيمة إيديولوجية كي تصبح في مستوى الأخبار المكن إذاعتها أو تشرها، هذه الإيديولوجية هي فكر المؤسسة الإعلامية أو السلطة السياسية أو المالكين الخواص والمولين.

رابعاً - القيم الإخبارية والقيم المجتمعية:

يرى جيرالد يونغ أنه من العبث محاولة الفصل بين القيم الإخبارية والقيم العامة في أي مجتمع، فالقيم الإخبارية تتكون بنفس العملية التي تتكون بمقتضاها قيم المجتمع، وما يستنتج من هذا القول أن هناك علاقة دينامكية جدلية بين القيم الإخبارية والاجتماعية، فنشاط القيم الإخبارية في أي مؤسسة إعلامية لها أساسها ومرجعيتها في قيم المجتمع كما يمكن أن نجد هذه الأخيرة متضمنة في الأخبار.

وإذا قلنا بأن القيم الإخبارية جزء من قيم المجتمع فهذا يعني أن نشاطها لا يكون إلا ضمن وعاء القيم الاجتماعية، فعندما تصطدم تلك القيم الموجودة في الأخبار قيم المجتمع العامة يؤدي ذلك إلى التجلي أو عدم التجلي، التجلي إذا عكست القيم الموجودة في المجتمع وعدم التجلي إذا لم تعكسها، (ولا يمكننا أن نتصور أن أي وسيلة إعلامية يمكن أن تعادي النظام الاجتماعي الذي تنتمي إليه،





والاختلاف بمكن أن يكون في الشكل أو في الأسلوب أو في الدرجة ولكن الاتفاق في البدف موجود ودائماً).

مثلاً في المجتمعات الإسلامية أو التي تسود فيها التعاليم الدينية بصفة عامة، نجد أن الجنس كقيمة إخبارية يفقد دلالته، لأن قيم المجتمع لا تسمح بوجود تلك القيمة في الأخبار وبالتالي إلى عدم التجلي، ونفس الشيء بالنسبة للأخبار الشخصية للمشاهير يفقد دلالته وقيمته الخبرية في المجتمعات التي تراعى الحياة الشخصية للأفراد.

وإضافة إلى أن القيم الإخبارية تابعة لقيم المجتمع، فإن هذه الأخيرة تضبط الأولى وأى تغير يطرأ عليها يؤدي إلى تغير في قيم الأخبار، أي أن هناك من المواضيع ما يعتبر طابوهات في مجتمعات محافظة لكن مع مرور الوقت تصبح لازمة الحديث عنها وذات قيمة إخبارية.

كما أن بعض الأحداث العرضية تمارس تأثيرها على قيم الأخبار مما يؤدى إلى بروز المصلحة الذاتية في الأخبار دون مراعاة لقيم المجتمع، ويكون ذلك عند وجود مصلحة عامة للمجتمع أو السلطة أو ذاتية لصاحب الرسالة الإعلامية أو المول.

إذن فالتمايز بين الأنظمة الاجتماعية على مستوى العام يفرض وجود تمايز على مستوى السياسات الإعلامية وعلى مستوى طبيعة القيم الإخبارية التي تقدم في كل نظام، ومنه فالفهم الدقيق للقيم الإخبارية في أي مؤسسة إعلامية يخضع إلى فهم طبيعة النظام الاجتماعي وطبيعة الحادثة أو الواقعة التي ستوصلها إلى الجمهور.

خامساً- تأثير الموضوعية والقواعد المهنية على قيم الأخبار:

الموضوعية في الإعلام تمنى الكثير، فهي عدم تحريف الخبر بالإضافة أو الحذف، وكذلك اختيار الأخبار بدون تدخل القيم الخاصة للقائم للاتصال، ويرى البعض أنها ممكنة في الإعلام بينما يرى آخرون أنها عبارة لا أساس لاستعمالها في الأخبار لأن القائم بالاتصال لا يمكن أن يبقى بعيداً عن قيمه وإيديولوجيته وعن





رؤينه الشخصية سواء في جمعه للأخبار أو تصنيفها أو تضمينها في الصفحات أو النشرات الإخبارية.

لكن الصحفيين الجدد يرون أن الكاتب أو المحرر يستطيع فصل ذاتيته والعمل بنوع من الموضوعية وهناك بعض المعايير والإجراءات التي تمكنه من ذلك وهي تقديم كل وجهات النظر حول الحدث المغطى، استعمال أقوال الآخرين، وتقديم أدلة محسوسة عما يقال.

وبناءاً على ما سبق فإن الأخبار ليست مجرد حقائق يماد صياغتها بأسلوب لفظي لأن هذا الأسلوب يختلف من محرر إلى آخر ويتأثر من مؤسسة إلى آخرى، ولكن حقيقة الأخبار تكمن في إعادة تشكيل تلك الحقائق من خلال البنية القيمية والإيديولوجية للقائم بالاتصال والنظام الاجتماعي والسياسي السائد في كل بلد والذي يؤثر في القائم بالاتصال.

إن ما يسمى بالموضوعية أمر صعب المنال لا يمكن تحقيقه، مما جعل بعض الكتاب والنقاد يتحدث عن النزاهة والدفة والعدالة وتقليل التحيز واحترام القواعد المهنية والأخلاق المهنية للقائم بالاتصال.

والموضوعية تتمثل في عدم التحيز بنتاول موضوعات محددة بطابع ما أو برؤية واحدة للأحداث وعدم الإلمام بجميع الجوانب الحقيقية للحدث، (كما ينبغي على وسائل الإعلام أن تركز على وصف العملية الكلية بحيث تتساوى القيم الإخبارية للأحداث السيئة مع القيم الإخبارية للأحداث الإيجابية).

أما بالنسبة للقواعد المهنية والأخلاقية التي يجب أن يتعلى بها الصعفي أو الإعلام الإعبارية، حيث يتوقف الإعلام عند هذه القواعد والأخلاق المهنية فتتغير القيم الإخبارية الخاضعة لها، (فأما السعي عند هذه القواعد والأخلاق المهنية فتتغير القيم الإخبارية الخاضعة لها، (فأما السعفي وراء الخبز بكل ثمن من شأنه أن يحط من القيمة التي يدعيها الصحفي، والصحفي مثقف ذو نظرة واسعة عميقة أبعد ما تكون عن حاجة اليوم العاجلة، يناضل بهدف النوصل إلى مجتمع إيجابي)..



سادساً - نوع الملكية والقيم الإخبارية:

هناك نوعان من الملكية لوسائل الإعلام، الملكية العامة أي ملكية الدولة أو القطاع العام، وملكية الخواص أو الملكية المستقلة، إضافة إلى وجود الملكية المشتركة بين الدولة والأشخاص، وتتأثر الوسيلة الإعلامية بنوع الملكية، حيث تبقى هذه الوسيلة الإعلامية والقائمين بالاتصال فيها حاملين لإيديولوجية وصورة من يسيطر على الإعلام.

قيم الأخبار في وسائل الإعلام العمومية يجب أن تعكس نظاماً اجتماعياً يحقق مفهوم ومضمون الخدمة العامة أي يدل على وجود المصلحة العامة، فالأخبار التي تحمل فيمة الصراع بين الأحزاب المعارضة والحكومة لا تعتبر ذات فيمة خبرية بالنسبة لوسائل الإعلام العمومية.

وتتأثر القيم الإخبارية لوسائل الإعلام العمومية بالسلطة السياسية لأنها هي الممول الرئيس وصاحب الملكية التامة، كما أن إعلان المؤسسات الوطنية يتوجه إلى الإعلام المسائد للسلطة، وتبقى الصحافة الحزيية مرهونة بوجود الحزب وغير معنية بالإعلان.

أما وسائل الإعلام المستقلة فتتأثر أيضاً بمن يسيطر عليها سواء المائك أو صاحب المؤسسة أو التمويل والإعلان، حيث تصبح اعتبارات السوق هي الأولى في الإنتاج الإعلامي، وكان لذلك أثره أيضاً في الأخبار، وقد أحس بهذا الخطر أحد الصحفيين المعاصرين فكتب يقول: يرى الناشرون أن الصحفيين ليس لهم إلا حق واحد هو إنجاز إنتاج يوافق رغبات المولين، ثم ليسكتوا... وكذلك نفس الشأن بالنسبة للإعلام السمعي والبصري.

لقد أثبتت الأحداث دوماً أن وسائل الإعلام تتمرض يومياً لقوى يمكن أن تخلط الملومة وتشوشها سواء عن طريق شركاء هذه الوسيلة أو القائمين بالإعلانات فيها أو حتى أمرائها.





ولذلك يتساءل البعض: "إذا كانت اعتبارات السوق والمنافسة على جذب اهتمام المستهلك الإعلامي هي التي تحدد القيمة الخبرية فكيف نقنع وسائل الإعلام بإعطاء التفطية اللازمة لإحداث لها أهميتها الإنسانية والسياسية ولكنها ليست أخباراً تبيع ؟".

لقد تحول العالم اليوم من عهد "الإعلام المسيّس" الذي كانت السياسة وتوجهاتها ودوافعها هي الصفة الأساسية المهيزة له إلى عهد "إعلام السوق والطفرة التكنولوجية" فالنضال الطويل لوسائل الإعلام من أجل حرية التعبير ما هو إلا عطاء تدريجي، لا يسلمها من العراقيل الجديدة فبعد التحرر من الطغيان السياسي تظهر العراقيل الاقتصادية وتحكم التمويل في السياسات الإعلامية للمؤسسات.

لقد تحول الإعلاميون _ في عهد إعلام السوق _ إلى "رجال بيع" ولم يقتصر ذلك على معدّي البرامج الاستهلاكية وصناع المواد الإعلامية المنوعة ، بل إن منيعي الأخبار والمعلقين السياسيين أيضاً أصبحوا كذلك "فالمنافسة قائمة على جنب جمهور المشاهدين لمتابعة الأخبار تماماً كما هي قائمة في كل البرامج الأخرى نظراً لأنه يتعين بيع الإعلانات لتعزيز وضع "البرنامج"... والنتيجة الحتمية لذلك هي البحث الدائب والمستمر من جانب معدي البرامج عن الإثارة والتشويق والحركة في تغطية الأحداث، فإين تتوفر الفرصة المواتية لذلك بأكثر مما يوفرها الكم الكبير من الأحداث اليومية الفاجعة في عصرنا هذا ؟".

كما يقوم إعلام المدوق على مقومين أساسيين هما: الدافع التجاري، والاختيار الذاتي، وهما المقومان اللذان يريدهما صاحب الملكية أو الممول فالدافع التجاري يتمثل في الربح المنتظر من المادة الإعلامية المقدمة، والاختيار الذاتي يتمثل فيما يتفق مع مصالح المالكين والمولين وايديولوجينهم، ويذلك فإن الاتجاه المتزايد نحو المواد الإعلامية الحافلة بالإثارة والمشحوبة بالدراما حتى في المواد الإخبارية إنما هو استجابة طبيعية لمتطلبات المسوق التجارية، تقول الدكتور جيهان رشتي: "إن الأخبار هي مجرد سلعة تجارية تعرض للبيع، وهذه السلعة يسهل ترويجها أو تسويقها كاما كانت غير مالوفة أو تتسم بطابع درامي... وعلى هذا الأساس كثيراً ما





تضخم الأحداث أضعافاً مضاعفة لبس فقحا لجذب القراء والمستمعين وارضاء توقعاتهم أو لخدمة أغراض سياسية، بل أيضاً لخدمة أهداف تجارية، فهذا التضخيم سيزيد من مبيعات الصحف ويزيد جمهور الراديو والتلفزيون."

لقد أصبح التحكم المالي في السياسات الإعلامية يؤثر في فيمها الإخبارية ويحد من حرية التعبير باستعمال سلطة المال كوسيلة لكبح حرية الإعلام كلما حاول ضرب مصالح جهة معينة، وبما أن الإعلان هو المصدر الأساسي لعائدات الصحف ووسائل الإعلام فإنه من غير المنطقي أن تقامر أي وسيلة إعلامية على هذا المصدر سواء كان من السلطة العمومية أو من الخواص أنفسهم أو الممولين، ويرى الأستاذ الطاهر بن خرف الله في هذه الحالة من سيطرة المال على الوسيلة الإعلامية بأنها ستكون — وسائل الإعلام – متأثرا (تابعة) وليس مؤثرا(مستقلة).

إذن أصبح الخطر على وسائل الإعلام لا يتوقف على السلطة السياسية فحسب وإنما هناك عوامل أخرى تتمثل في ظاهرة تصنيع الإعلام والتأثير المتزايد للمنطق الاقتصادي من خلال الملكية وسيطرة الإعلان، حيث تحولت

الحرية السياسية وحق الإعلام للمواطن إلى الحرية الاقتصادية للمتعهد أو المول والمعلن.. وهذه العوامل الاقتصادية ذات تأثير بالغ على القيم الإخبارية للمؤسسات الإعلامية.

سابعاً - تأثير الهيمنة العالمية على المعلومات:

أدت التغيرات الجديدة في البيئة الاتصالية والإعلامية الدولية إلى تكريس واقع اليمنة الغربية على معطيات الإعلام وتوسيع نطاقها وتشديد قبضتها، ولا تقتصر هذه الهمنة على بعد واحد يتعلق بالإنتاج الإعلامي فحسب، بل هي هيمنة ذات أبعاد متعددة، ففي مجال البنى التحتية والصناعات الاتصالية يسيطر الغرب على جزء كبير من صناعة أدوات الاتصال والوسائل الإعلامية، كما تحتكر الشركات الأوروبية والأمريكية معظم أوقات الأقمار الصناعية، في المالم العربي- مثلاً نلاحظ تدني الصناعة الاتصالية وارتفاع الاستيراد بنسبة قد تصل



إلى أكثر من ٨٥٪ من الاحتياجات العربية ، أما نسبة العاملين في هذه الصناعة فهي لا تصل إلى ٥٪ ولم يحقق العالم العربي فرصاً كبيرة للعمل الإعلامي والصناعات ذات العلاقة بالوسائل المسموعة والمرثية أو في أجهزة الالتقاط وعموم وسائط الطباعة من ورق وصناعات لها صلة بهذا المجال قياساً بالاستثمارات العالمية.

أما في مجال الإنتاج الإعلامي ضلا تنزال وكالات الأنباء الغريبة الأربع (AP) الرئيسية وهي (رويتر ووكالة الصحافة الفرنسية (AFP) والاسوشيتد برس (AP) واليونايتد برس انترناشيونال (UPI) تتحكم في توزيع ما يقرب من ٩٠٪ من الأخبار في العالم، وتسيطر الولايات المتحدة الأمريكية وحدها على ما نسبته ٤٠٪ من الانتاج التلفزيوني والسينمائي في السوق العالمية.

وكانت ثـالاث أو أربع وكالات غربية تحتكر إنتاج وتوزيع الأخبار التلفزيونية المصورة منها وكالة فيس نيوز ووكالة روتير البريطانيتنان ووكالة اليونايتد برس المصورة الأمريكية ووكالة الديبيايه (DPA) الألمانية، ويضاف اليونايتد برس المصورة الأمريكية ووكالة الديبياية (CNN) والشبكة الكابلية الإخبارية إلى تلك الوكالات الآن شبكة سيانان (CNN) والشبكة الكابلية الإخبارية (Cable News Network) وتقوم معظم الدول العربية الناطقة بالفرنسية باستقبال إرسال القناة الفرنسية الدولية (CFI) وتستفيد القنوات التلفزيونية العربية من هذه المحطات والشبكات وتتسابق في تقليدها والإقتداء بها.

لقد نتج عن هذا الاحتكار للبنني التحتية للإعلام الدولي والهمنة على الصناعات الاتصالية والتي تحول كثير من المؤسسات التي تتحكم فيها إلى شركات عملاقة، لقد نتج عن هذه الهمنة ما يسميه بعولة الصوت والصورة والكلمة ومن الطبيعي أن تكون هذه "العولة" من نصيب الغرب، فالولايات المتحدة الأمريكية هي القوة الأولى المصدرة للثورة التقنية الالكترونية، إذ تتحكم بنسبة 10% من مجمل الاتصالات الدولية من خلال ما تتتجه معالمها الثقافية، ومن خلال ما تقنياتها وطرقها وممارساتها التظيمية الجديدة.





ويمكن أن نشاهد الآثار السلبية لعدم حضور وسائل الإعلام العالمية أمام الهيمنة الأمريكية واضحة في حرب الخليج ١٩٩٠ - ١٩٩١م، ففي هـنه الأزمة الهيمنية الدولية لم يسمح بمشاركة إعلاميي ومراسلي الدول المخالفة لدخول القوات الأمريكية، بل إن إعداد التقارير الخبرية صار حكراً على مجاميع خبرية تابعة لدول دخلت أطرافاً في النزاع، وقد كانت وكالات الأنباء الكبرى المهيمنة هي أنجلو سكسونية: رويتر وفيس نيوز Visnews وسي أن أن Cnn كانت هي السباقة في التغطية الإخبارية للانقلابات التي حدثت في شرق أوروبا وأحداث منطقة الخبلج بين ١٩٨٨ إلى ١٩٩١ والعوامل التي ساعدت على تمركز هذه الوكالات هي تفوق اللغة الإنجليزية والسبطرة التكنولوجية على نقل وتخزين المعلومات ووجود شكة قوية وناحعة من المراسلين.

أما بالنسبة للدول السائرة في طريق النمو فإن وضعها يطرح إشكاليات عديدة من بينها ضعف المصداقية لكونها التاريخي المحتكر من طرف السلطات السياسية، وضعف الإمكانيات المالية ونقص الخبرات في نقل المعلومات والاتصالات مما لا يسمح لها دائماً بتغطية الأحداث المحلية أو العالمية، وينجم عن عدم التوازن هذا أن قطبية وسائل الإعلام تؤدي بكل تأكيد إلى قطبية الإعلام في حد ذاته أي التأثير على القيم الإخبارية المتداولة في الوسائل الإعلامية، فالزلزال الذي يضرب إبران ويؤدي إلى مقتل الآلاف لا تكون له نفس القيمة الخبرية التي تكون لزلزال ضرب سان فرانسيسكو وأودى بحياة بعض الأشخاص.

كما تبرز أيضاً من نتائج هذه الهمنة تغيير القيم الإخبارية أيضاً من خلال اختلاف المصطلحات واستعمالاتها، فمن خلال الترجمة يمكن أن تصاحب المصطلحات الأجنبية القيم الإخبارية لأصحابها، وتفسيراتهم للأحداث، والتي تعكس انتماءاتهم الحضارية والمذهبية. ومن أجل ذلك ينبغي الحذر عند ترجمة المصطلحات الوافدة من عند الشعوب الأخرى ومراعاة المعاني والقيم الإخبارية التي تحملها.





من الواضح جداً أن الهمنة العالمية على الإعلام وصناعة المعلومات يتمثل في المهمنة الغربية والأمريكية بالدرجة الأولى وهذا يخضع إلى التأثير السياسي والإيديولوجي وإلى القدرة الاقتصادية وإلى تقوق اللغة الإنجليزية والتقاليد العريقة لوسائل الإعلام فوق الأراضي الأمريكية، وخروجها بذلك إلى العالم إنتاجاً عريقاً وكبيراً مسيطرة على أهم وكالات الأنباء الكبرى في العالم والشبكات التلفزيونية والصحافة المكتوية وحتى الإنترنت كوسيلة اتصالية جديدة، كل هذه العوامل سمحت بإحداث تأثير كبير في الإعلام الدولي والمحلي وفي قيمه الإخبارية، ولكن هناك بعض المحاولات القليلة لتجنب احتكار الدول الكبرى في المجال الإعلامي مثل قناة الجزيرة التي أصبح لها دور بارزفي التأثير في العالم العربي وحتى الأجنبي وأصبحت مصدراً رئيساً من مصادر معلومات الشرق الأوسط تعتمد عليه أكبر

إذن من خلال تطرقتا لدراسة العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية تتجلى لنا عوامل مختلفة ففي كل مجال هنا ما يؤثر في القيم الإخبارية ابتداء بالمؤسسة الإعلامية ومروراً بالسلطة السياسية وهما عنصران يتجلى كل منهما في القيم الإخبارية أي يؤثر فيها تأثيراً مباشراً ونفس الشيء بالنسبة إلى الإيديولوجية فلا توجد قيم إخبارية بعيدة عن أي منطق فكري أو ايديولوجية، ووصولاً إلى العوامل التي تؤثر فيها بصورة غير مباشرة ويإمكانها أن لا تؤثر أو تتخلص القيم الإخبارية من تأثيرها بطريقة أو باخرى وهي العوامل الاجتماعية والأخلاقية والمهنية والمهنية.

بناء النشرة الإخبارية:

إن نجاح النشرة الإخبارية يعتمد إلى حد كبير على بناء النشرة، حيث يجب أن يكون بناء النشرة محكماً في ترتيب الأخبار، وعادة ما يكون الخبر الأول خبراً قوياً وجديداً وذا أهمية بالغة والخبر الأخير يكون خفيفاً على النفوس، وبينهما يجب





مراعاة التجانس في ترتيب الأخبار بحيث يتم الانتقال من خبر لآخر بطريقة تشد انتباه المتلقى ولا تثير في نفسه الملل.

ويختلف اللقب الذي يطلق على الشخص السؤول على الشكل النهائي لنشرة الأخبار، فرئيس التحرير أو منتج النشرة هو الذي يقوم باختيار الأخبار التي سيتم إذاعتها وتحديد البناء الكلي للنشرة أي التسلسل أو مكان الخبر في النشرة.

والحقيقة أنه ليست هناك قواعد ثابتة ومحددة لترتيب الأخبار ، بل الرؤبة الخاصة لرئيس التحرير أو منتج النشرة والتقاليد السائدة لدى المحطة هي التي تتحكم في الترتيب، ولكن هناك بعض المارسات والتقاليد التي يمكن الاسترشاد بها في هذا المجال، وأول شيء هو مراعاة القيمة الخبرية:

١- القيمة الاخبارية:

حيث يجب أن تبدأ النشرة بخبر له قيمة خبرية مرتفعة، وأن يكون فيه عنصر الجدة أو الحداثة وهذا ما تعتمده أغلب القنبوات بالإضافة إلى التأثير والشهرة، لكن لا يمكن بهذا العنصر (القيمة الخبرية) تحديد بداية الأخبار وتسلسلها بطريقة واحدة في كل المحطات لأن كل محطة تلفزيونية لها عواملها المؤثرة في قيمها الإخبارية، فبينما تهتم القنوات المستقلة والخاصة بالخبر الذي يجذب المشاهد أكثر، فإن التلفزيونات الحكومية غالباً ما تهتم بالأخبار الرئاسية كزيارات الرئيس واستقبالاته وبرقياته أو الأخبار المحلية والإنجازات والمشاريع الحكومية والتتموية.

كما أن المنافسة الشديدة التي تكون بين المحطات الإخبارية تلعب دوراً في جعل التوجهات الإعلامية تحدد مصير الخبر الذي سيكون في صدارة النشرة، فمثلاً تداعيات غرق العبارة المصرية لشركة السلام كانت تطرحه فتاة العربية في المرتبة الأولى، بينما فناة الجزيرة كانت تنوع الخبر الأول في نشراتها وغالباً ما كان حول المظاهرات المنددة للرسوم المسيئة للرسول الكريم صلى الله عليه وسلم التي نشرت بالدانمارك وأعيد نشرها في دول أخرى، أما عن قناة أبو ظبي فقد كانت تضع



▼ اللقاءات بين التيارات اللبنانية المختلفة لحل النزاعات وتنحية الرئيس اللبناني في المنادة أخبادها.

إذن يختلف بناء النشرات الإخبارية من معطة إلى أخرى بحسب القيم الإخبارية لكل أخرى بحسب القيم الإخبارية لكل فناة والعوامل التي تؤثر فيها ، وبحسب الرؤية الشخصية لرئيس التحرير أو منتج النشرة الذي يعمل وفقاً لتلك القيم الإخبارية التي يجب أن تكون في نشرته مراعياً في ذلك المياسة الإعلامية للمؤسسة وأهداف الرسالة الإعلامية والجمهور الذي سيتلقى هذه الرسائل، وبعد الاهتمام بالقيم الإخبارية تأتي عناصر أخرى تتحكم في بناء النشرة الإخبارية.

٢- النتويع:

يجب التتويع في الأخبار المعروضة بين نشرتين متتاليتين لأن المشاهد لا يريد أن يسمع نفس الأخبار التي سمعها سابقاً، لذلك فإنه في غالبية الأحيان وفي حال عدم وجود أخبار جديدة تلجأ المحطات التلفزيونية إلى إهمال بعض الأخبار ذات القيمة المتوسطة أو إلى إعادة ترتيب الأخبار، ويمكن أيضاً إضافة بعض التعليقات والنصوص أو الاتصال بالمراسلين والمحللين السياسيين وخاصة مع سهولة ذلك اليوم مع وجود البث بالأقمار الصناعية، ومن الجيد أيضاً أن تتوع المحطات في نشراتها بين الأخبار الاقتصادية والرياضية.

٣- التوزيع الجفرافي:

يمتبر من سلامة النشرة ومرونتها أن تقدم الأخيار متتابعة حسب المناطق الجغرافية من خلال تجميع الأخبار المحلية والإقليمية والخارجية كل مجموعة على حدة، لكن يمكن إيجاد بعض الاستثناءات مثل الطبيعة المتشابهة للأخبار كالزلازل والفيضانات أو انتشار نوع جديد من الأمراض كمرض المارس أو أنفلونزا الطيور، هنا يمكن ريط خبر معلي أو إقليمي بمنطقة أخرى من العالم شهدت نفس الحالة فقد يكون الموضوع واحداً مع تعدد المناطق.





1- الربط الطبيعى:

فالنشرة تتضمن أخباراً متتوعة لا يمكن لأي كان أن يتجنب عدم التجانس فيما بينها، ولكن يجب العمل على ذلك واغتتام القرص المتاحة للربط بين خبرين أو مجموعة أخبار، فمن غير المنطقي أن تتوفر لدي أخبار معينة عن نفس الملف وأخبار مختلفة عنه فأذهب للمزج بينهما، مثلاً خبر عن تعليق للرئيس الإيراني حول ملفه النووي ثم بعد ذلك مظاهرات منددة للشارع الإيراني للرسوم المسيئة لشخص الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم ثم نعود لتعليق الترويكا الأوروبية حول حديث الرئيس الإيراني.

ويدخل في مراعاة الريط الطبيعي المرونة في ريط المواضيع المتشابهة والمواقع الجغرافية والمجالات المتعددة فيمكن تقسيم الأخبار إلى محلية وعالمية وخاصة بمنطقة ما، أو اقتصادية ورياضية وهذه الأخبار تجمع في وحدات طبيعية مهما اختلف مكان وقوعها.

٥- الشرائط:

تضيف الشرائط صوتاً مختلفاً عن منيع النشرة ويزيد من حيوية النشرة ونعومتها ويضيف نوعاً من الإيقاع والمعرعة، والذي من شأنه إثارة اهتمام المتتبع للنشرة، زيادة على انها تحمل فيمة خبرية بحكم أنها تتقل المتابع إلى العالم الخارجي الواسع.

٦- الوحدات:

تصبح مهمة بناء النشرة أكثر تمقيداً كلما زاد الوقت المحدد لها، والواجب إتباعه في هذه الحالة هو تقسيم النشرة إلى عدة قطاعات أو وحدات مستقلة من خلال وضع الأخبار المحلية والخارجية والرياضية والاقتصادية كل في وحدة مستقلة حيث يصبح ترتيب الأخبار داخل كل وحدة أكثر سهولة، ويمكن الفصل بين وحدة وأخرى من خلال الإعلانات أو ربما قصة خبرية خفيفة، وأحسن الأساليب





وأسلمها وأكثرها استعمالاً هو تولي مذيع آخر قراءة الوحدة التالية عن المذيع الرئيسي للنشرة.

٧- الإعلانات:

تكثر المحطات التجارية من إذاعة الإعلانات حيث يعتمد تمويلها على الإعلان كمورد رئيسي، وقد امتدت الإعلانات أيضاً إلى نشرات الأخبار في كثير من المحطات حتى أنه في البعض منها أصبحت الخطوة الأولى هي وضع وتحديد الإعلانات التي ستذاع ثم اختيار الأخبار التي سيتم إذاعتها في الوقت المتبقي وذلك يعرض إلى الابتعاد عن قيمة النشرة وهدفها لأجل غاية التمويل، وقد تتعرض آخبار مهمة إلى الإهمال وهو تعدي على حق الجمهور في الإعلام، وهذا الأسلوب لا ينصح بالاعتماد عليه في النشرات.

٨- الخبر الختامى:

ويكون الخبر عبارة عن قصة إخبارية خفيفة تختم بها النشرة في الفالب، ويقوم رؤساء التحرير عادة بالاحتفاظ بالأخبار الخفيفة فهي ليست أخبار محددة بوقت معين ويمكن إذاعتها بعد أيام من حدوثها، وتوضع في آخر النشرة لقلة أهميتها إضافة إلى أنها تعتبر جسراً للانتقال من النشرة إلى البرامج العادية، فمن غير المنطقي الانتقال من أخبار عن الكوارث والمجازر والصراعات إلى أغان عاطفية وهو أمر غير مستساغ لدى غائبية الجمهور.

٩- التوقيت:

لكل نشرة فترة زمنية مصدة في الفالب، ولكن المضمون غير مصدد باعتبار اختلاف الأحداث من يوم لآخر فقد تكون حافلة بالأخبار وقد تكون غير كافية، وهنا يجب التحكم جيداً في توقيت النشرة من خلال إلفاء الأخبار ذات القيمة الخبرية المنخفضة واختصار المتوسطة القيمة منها أو استبعد بعضها، وقد يكون هناك خبر واحد ذو أهمية كبيرة ويستغرق وقتاً طويلاً مما يؤدي إلى إلفاء





العديد من الأخيار الأخرى أو إلغاء بيته هو رغم أهميته، ويسبب صعوبة تحديد فترة زمنية للنشرات من هذا المنطلق فإن معظم المحطات تترك زمن الفترة الإخبارية مفتوحاً.

هذه الممارسيات والتقاليب موجودة في العديد من المحطيات الإذاعية أو التلفزيونية ، غير أنه يمكن خلق عادات أخرى قد تكون مستساغة أكثر بالنسبة للجمهور وتجذبه أكثر، والحقيقة أن هناك العديد من الطرق الحديثة في إذاعة الأخبار مثل:

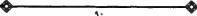
- تقديم عناوين الأخبار في البداية وإعادتها في نهاية النشرة ويمكن ذلك في وسط النشرة أثناء بث فترة إعلانية.
- الاتصال بالمراسلين ومصادر الخبر لمزيد من التفاصيل، وهذا يجمل المتابع يتلقى أخبار مفصلة من مصدر الخير.
- استضافة أو الاتصال بمحللين سياسيين أو أشخاص لهم علاقة بالأحداث، ويا حبيدًا لو كانت الأراء مختلفة مثلما تفعل الجزيرة، وهذه الطريقة تجعل الشاهد حكماً للأحداث ولا تسطر على رأيه.
- تحدث مذيمين مع بمضهما عن خبر ما ثم عرض التقرير الخاص بالخبر، مثل تلفزيون دبي، وفتاة الرأى الكويتية، وهذا يجمل المتابع بهضم الأخبار بطريقة سهلة.

تصنيف الأخيار حسب القيمة الخبرية:

من خلال تطرقنا إلى مفهوم القيمة الخبرية وعناصرها، يمكننا تصنيف الرسالة الإخبارية من حيث القيمة الخبرية التي تحملها إلى ثلاث أنواع من الأخبار:

١- رسالة ذات قيمة (أو خبر بحمل قيمة):

وتتمثل هذه الرسائل في الأخيار المهمة لدى الجمهور والتي لا تتعارض مع القيم الأخلاقية والاجتماعية ولا تحرض على الضغائن وينطلق هذا من حس القائم







بالاتصال وضميره وواجباته ومسؤوليته الأخلاقية والاجتماعية ، ويشترط أن تكون أخباراً جديدة وأن تكون موجهة أخباراً جديدة وأن تكون المعلومة قد وصلت في وقتها المناسب وأن تكون موجهة لجمهورها الذي تهمه تلك المعلومة ، وتختلف في درجة قيمتها (عالية جداً ، عالية ، متوسطة ، منخفضة القيمة) كما أن القيمة تختلف لدى الجمهور من فرد إلى آخر حسب تأثير تلك الأحداث واهتمام الأفراد بها.

٢- رسالة لا قيمة لها (أو خبر لا يحمل أي قيمة):

وتتمثل في نقل الأحداث التي لا تحمل أي أهمية إلى جمهور معين، أما لأن الخبر لا يعني ذلك الجمهور فمعرفتها أو عدم معرفتها سواء، أو لأن المعلومة قد هات أوانها فلم تعد لها أي أهمية أو قيمة فليس هناك أقدم من جريدة أمس.

٣- رسالة نقيض القيمة:

وهي الأخبار التي تناقض المبادئ والقيم مهما كان نوعها (المهنية أو الأخلاقية أو الاجتماعية أو الإنسانية)، أو احترام موعد إيصالها إلى الجمهور فلا ينبغي إيصال خبر قبل أوانه المحدد والتأكد من مصداقيته وهي في عمومها مبادئ وقيم وأخلاقيات المهنة الصحفية، مثل:

- الأخبار الكاذبة والمتأكد من عدم مصداقيتها.
- الأخبار الدعائية والمفرضة بهدف نشر الفتتة والفرقة بين المجتمع الواحد أو
 نشر العداوة بين الشعوب أو المساس بالأمن القومي أو التماسك الاجتماعي.
 - الأخبار التي تمس بالأشخاص وأعراضهم والحياة الشخصية.
- أخبار الجنس عموماً مثل الأخبار العارية التي تبث على القناة الخامسة
 البريطانية وقنوات أمريكية أخرى، موضوعها آخر أخبار التعري والجون..

ه من خلال هذا التصنيف بيرز لنا عنصر من أهم عناصر القيمة الإخبارية ويتمثل في عنصر الجدة أو الحداثة، فالأخبار تفقد قيمتها مع مرور الوقت وقد تكون أخباراً نقيض القيمة إذا كانت قبل الوقت المناسب لها:





- المعلومة قبل وقتها: يمكن أن تكون ضارة (لعدم صحتها أو عدم التأكد منها تماماً).
- المعلومة في الوقت المناسب: ذات هدف تصل إليه (متأكد من مصداقيتها وملتزمة بالقيم المهنية للقائم بالاتصال).
- ٦- المعلومة بعد فوات أوانها: لا معنى لها ولا تصل إلى الهدف المطلوب لأنه ليس هناك أقدم من جريدة أمس كما هو معروف (¹¹).

 ⁽١) إسماعيل فاسمي: علم الاجتماع الإعلامي، دراسة مقارنة بين نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري
 وفتاة الجزيرة وTFI الفرنسية



कुत्रमञ्जूषा कुबायमा। व्यागा शिमब्रा।







أولاً- نشأة الصحافة المتخصصة:

الإعلام هو أساس الحياة البشرية ، وإنما خلقت الحضارة الإنسانية يوم خلق الإعلام'').

ونحن نفهم الإعلام باعتباره عملية تبادل الأنباء والمعلومات والآراء والأفكار داخل أي مجتمع إنساني، كما شمل أيضاً سائر مضامين ومخرجات وسائل الاتصال".

وتعتبر الصحافة المتخصصة من أهم مصادر الثقافة العامة والمعلومات العامة، فالصحيفة اليوم عليها القيام بتلبية احتياجات القارئ في المعرفة العامة والخاصة، ومن منطلق ذلك ظهر دور الصحافة المتخصصة في المجتمع.

ولقد سجلت الدراسات الإعلامية التاريخية أن أول مجلة متخصصة علمية ظهرت في فرنسا عام ١٦٦٥م باسم (العلماء)، وذلك في عصر النهضة ويعني هذا ظهور الصحافة المتخصصة جاء مرادفاً لظروف كل عصر نشأت فيه، بيد أنه يمكن اعتبار القرن التاسع عشر هو المرحلة الحقيقية الجديدة لظهور الصحافة المتخصصة بمعناها الصحيح وأنماطها وأهدافها الجديدة، فظهور الملاحق التي تفرعت عن الصحف الكبيرة في فرنسا يمثل بداية الصحافة المتخصصة الحديثة".

ولقد عرفت مصر والوطن العربي الصحافة في أول الأمر كصحافة متخصصة، ففي مصر كانت أول جريدة ظهرت ١٨٢٨م باسم (جورنال الخديوي) تقوم على خدمة الحاكم وحده حتى أن اسمها ارتبط به، وعندما انتشرت الصحافة وتطورت بعد ذلك في مصرفي عهد الاحتلال البريطاني نمت معها الصحافة المتخصصة بمفهومها الحديث.

ر) فاروق ابو زید: اینعام واستمه اعمرم استمه وسمه اینعام، ها ۱ انتصاره، عالم است. والطباعة والتوزیع، ۲۰۰۷، ص ۲۲

 ⁽١) هرنسيس بال: وسائل الإعلام والنول النامية (النظمة المرية للتربية والثقافة والملوم - إدارة الإعلام) ص٣.
 (٢) هاروق أبه زمد: الإعلام والسلملة - إعلام السلملة وسلملة الإعلام، طدا ، القاهرة ، عالم الكتب للنشر

⁽٣) حسنين شفيق: الصحافة المتخصصة الطبوعة والإلكترونية، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ١٩

⁽٤) صلاح عبد اللطيف: الصحافة المتخصصة، القاهرة، دار الطباعة القومية بالفجالة، ١٩٩٧، ص٤٠



ثانياً - مفهوم الصحافة التخصصة:

تعتبر الصحافة المتخصصة وسيلة لمواجهة المنافسة القوية من وسائل الإعلام الحديثة وخاصة التلفزيون والإنترنت للصحافة، فهي تحاول أن تلم بكافة جوانب التخصص الذي تصدر فيه للمحافظة على القارئ.

ويرى بعض الباحثين أن الصحافة المتخصصة أصبحت تمثل فرعاً هاماً من فروع الصحافة وأننا نعيش في عصر المعلومات المتخصصة، ويسند هؤلاء الباحثين في رأيهم على أن مفهوم الصحافة المتخصصة يشمل الصحف المتخصصة والصفحات المتخصصة في الجرائد المتخصصة في الحرائد المومية العامة والمجانب الأسبوعية العامة تشكل جوهر الثقافة العامة التي يحصل عليها المواطن العادى القارئ للصحف().

ومن منطلق ذلك يمكن تعريف الصحافة المتخصصة بأنها الصحيفة أو المباركة المباركة المباركة المباركة المباركة المباركة التي تغطي أكبر قدر من اهتماماتها الفرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع معين من القراء، بحيث يكون معظم نشاطها في جميع الأخبار والتحليلات وكتابة المقالات والتحقيقات التي تدور حول هذا الفرع^٣.

أو هي تلك الصحافة التي تكون على شكل صفحات جرائد في صفحات مستقلة تعالج قضايا وموضوعات خاصة بمهنة معينة أو قطاع من القطاعات أو علم من العلوم أو فن من الفنون، وهي مجموع أكثر من مجهود لنقل الملومات أو تهيئة خبر المناقشة ونشر الأفكار والمبتكرات وتبادل الخبرات والتجارب وسعيها إلى التأثير على متخذي القرارات، وتعزيز فكرة الإبداع في الكثير من المجالات السياسية والأدبية والفنون والأعمال التجارية وعلوم الطبيعة والحياة والتكنولوجيا (٣٠)

⁽١) صلاح عبد اللطيف - مرجع سابق، ص١٩

⁽٢) حسنين شفيق- مرجع سابق، ص ٣٠

⁽٢) محمد جمال الفار: المجم الإعلامي، ط ١، عمان، دار أسامة ودار المشرق الثقليَّة، ٢٠٠٦، ص ٢٠٧، ٢٠٨





وهذا التعريف هو الذي يتناسب مع طبيعة هذا الكتاب لأنها تقوم على تحليل صحافة متخصصة في مجال معين ولكن تتجه إلى جمهور عام.

ثَالثاً - عناصر الصحافة المتخصصة:

هناك ثلاثة عناصر أساسية للصحافة المتخصصة وهي^(۱):

- ١- المادة الصحفية المتخصصة.
- ۲- جهاز تحریری أو محرر صحفی متخصص.
 - ٣- الجمهور المتخصص من القراء.

ونعرض تباعاً لكل منها على حدة بقدر من الإيضاح ولكننا في هذا الموضوع سوف نستثني الجمهور المتخصص من القراء لأن موضوعنا ينطوي على صحافة متخصصة في مجال أو قطاع معين نتجه نحو جمهور عام.

١- المادة الصحفية المتخصصة:

الصعافة المتخصصة تكمن أهميتها في كونها أكثر من مجرد نقل للمعلومات، إذ تهيئ منبراً للمنافسة ونقل الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات والتجارب وقد تسعى هذه الدوريات إلى التأثير على متخذي القرارات أو لتعزيز القدرة الابداعية.

۲- جهاز تحريري أو محرر صحفي متخصص:

وفي ذلك نوضح أن الصحافة المتخصصة تتطلب خبرة وكفاءة خاصة في أعضاء جهازها التحريري، وخاصة بالنسبة لكل نوع أو فرع من مجالات التخصص العديدة والمتنوعة، فالصحفي المتخصص أشبه ما يكون بالباحث العلمي، ولذا يجب أن يتجاوز دوره مجرد الأداء الصحفي المتاد وهو تقديم جرعة من الأنباء للقراء عن

 ⁽١) أسمى حسين حافظ، دراسات في المحافة المتخصصة دراسة تحليلية ميدانية بالتطبيق على جريدة الحوادث، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيم، ١٩٥٨، ص ١١، ١٦





رابعاً- وظائف الصحافة المتخصصة:

الدقيقة، على أسس علمية ومنطقية.

ويمكن تحديد وظائف الصحافة المتخصصة كما يلى(١):

- تقديم الأخبار والمعلومات النادرة والدقيقة والتفصيلية حول موضوعات مصددة
 تهم فئة معينة من القراء سواء كانوا متخصصين أو لهم اهتمامات حول هذه
 الموضوعات بما يحقق لهم الفائدة العلمية.
- المساعدة على التربية والتثقيف وشغل الوقت بطريقة مفيدة تنمي القدرات
 الذهنية، وخاصة بالنسبة لصحافة الأطفال والشباب.
- إحاطة القراء بتطورات وظروف العصر الذي يعيشونه في مختلف أنحاء العالم
 بنشر أحدث الأبحاث والمبتكرات في مجال التخصص.
- إعطاء المجال والفرصة للمتخصصين والخبراء للاقتراب من القراء، وتقديم ما لديهم من معلومات وخبرة وبما يحقق فائدة أكبر، وعدم الاقتصار على الصحفيين الذين يلمون إلماماً عاماً بالموضوع الذي يحكتبون فيه، وهذا لا يلفي دور المحرر بل يصنع صحفيين ومتخصصين وفقاً لنوع الصحافة وتخصصها التي يممل فيها.
- تجديد فتون الإخراج الصحفي وأساليبه إذ أن كل تخصص يحتاج إلى أسلوب إخراج يلائم نوع التخصص، فإخراج مجلة لنطفان أو مجلة أدبية أو علمية، كل نوع من هذه المجلات له أسلوبه وفتونه الخاصة سواء من ناحية استخدام الألوان والصور وعدد الأعمدة، وغير ذلك من الأساليب الخاصة بالإخراج الصحفي.

1

4٧

⁽١) صلاح عبد اللطيف- مرجع سابق، ص٢٢



——

خامساً- سمات الصحافة التخصصة:

وتتكشف أهم سمات الصحافة المتخصصة وتتلخص في الآتي("):

- أنها صحافة جادة ومتعمقة وهادفة بطبيعتها وتتسم بالاهتمام بالكيف أكثر
 من اهتمامها بالكم.
- أنها تعتمد بشكل أسامي على أساليب الكتابة العلمية من استخدام البحث والتحليل المتعمق والتفسير والوصول إلي نتائج مسببة منطقياً وعقلياً بناء على سند علمي صحيح.
- أنها تقوم على واقع الاحتياجات والمتطلبات الفعلية لمختلف الاهتمامات
 الخاصة بجماهير القراء على تعدد وتنوع شرائحهم أو فشاتهم، ومن ثم فهي
 صحافة متطورة ومتجددة باستمرار سواء في مادتها ومحتواها أو في مجالات
 تخصصها.
- أنها بما تحتويه من دراسات وتحليلات متعمقة تناسب أكثر الجماهير النوعية والمتخصصة وتتبح السيطرة على ظروف التعرض، كما يمكن الاحتفاظ بها لمراجعتها مرة أخرى.

سادساً - أنماط الصحافة التخصصة:

يمكن تقسيم الصحف المتخصصة إلى نوعين":

 النوع الأول: الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء فالصحيفة النسائية أو الطبية أو الإدارية أو الرياضية تقدم مادة صحفية متخصصة لقراء متخصصين.

⁽۱) أسمى حسين حافظ - مرجع سابق، ص ۱۹

⁽۲) حسنین شفیق- مرجع سابق، ص ۲۷



لجمهور عام غير متخصص

النوع الثاني: الصحف التي تقدم مادة متخصصة لجمهور عام من القراء كالصحف الرياضية أو الصحيفة الفنية تقدم مادة صحفية متخصصة

ويدخل هذا النوع من الصحافة غالبية الصفحات المتخصصة في الصحف العامة مثل الجرائد اليومية العامة والمحلات الأسبوعية العامة.

ويمكن هنا رصد خمس دوائر متداخلة يمثل كل منها شكلاً أو قالباً صحفياً مجمعاً يعالج من خلاله المضمون الصحفي المتخصص على النحو التالي(''):

الدائرة الأولى: الأكثر اتساعاً هي الملحق supplement الذي يضم مجموعة من الأقسام المتشابهة في المضمون أو المتقاربة، أو المتي لا يجمعها فقط سوى أنها مواد متخصصة.

الـداثرة الثانيـة: الأقـل اتـساعاً هـي القـسم section الـذي يـضم مجموعة من الصفحات المتخصصة التي تمالج مواد متشابهة في تخصصها أو أركان متخصصة أو أبواب متخصصة.

الداثرة الثالثة: أقل أتساعاً من السابقة وهي الصفحات المتخصصة specialized pages وتعالج مواد متشابهة في المضمون، وتضم أركاناً أو أبواباً متخصصة تعالج مضمون واحد كالأدب والفن.

الدائرة الرابعة: وهي أضيق من الدائرة الثالثة، وهي الركن الثابت المتخصص الذي يحتل جزءاً أقل من الصحافة ويعالج مضموناً متخصصاً واحداً مستخدماً أشكال صحفية مختلفة.

 ⁽¹⁾ ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، طدا،
 القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١٩٦، ١٩٧





الدائرة الخامسة: وهي أضيق الدوائر شكلاً ومضموناً، وهي الباب الثابت المتخصص الذي يعالج مضموماً متخصصاً من خلال شكل صحفي واحد أو عدة أشكال صحفية مثل باب رسائل القراء أو عمود أخبار رياضية له عنوان ثابت.

्रेशिय शिष्ट्रीत मिर्मिस् भाष्ट्रिया अस्त्र





الجانب الاقتصادي في وسائل الإعلام المختلفة يمثّل الوجه الجاد والحيوى الذي يساير حركة الحياة الحقيقية واتجاه النمو في مختلف بلدان العالم، فضلاً عن التطورات التتموية على الصعيد المحلى لكل دولة.

والمتتبع للقنوات الفضائية يلحظ نهضة حقيقية في مجال الإعلام الاقتصادي، وهو توجه إيجابي يعد ضمن أولويات الإعلام واهتماماته، وتعتبر هذه النقلة نقطة تحول في مسار الفضائيات العربية، أن تولى الجانب الاقتصادي المزيد من الاهتمام.

لا شك أن التوجه اقترن ببعض التحولات الاقتصادية على الصعيد العربي، لكنه يحسب لصالح الإعلام الفضائي العربي.

نعم، المساحة المتزايدة التي تحوز عليها الأخبار والتقارير الافتصادية بمختلف أنواعها في الإعلام العربي، تجد الارتياح والقبول لدى المشاهد العربي، وكذلك تلقى التشجيع والدعم الملوماتي من مختلف القطاعات الاقتصادية والمالية والموسيات ذات الصلة.

ولكن تبقى نقطة مفصلية ذات أهمية قصوى وذات تأثير على مسار حركة الاقتصاد بنفس تأثير الإعلام على مجريات الأحداث وتوجيه حركة الحياة، ألا وهي مسألة الاحترافية، والمصدافية، فالتوجه الاقتصادي في الإعلام يحتاج إلى أقلام، وأفكار ورزى اقتصادية ذات خبرة احترافية، وتخصص اقتصادى، ودراية كاملة ببواطن الأمور الاقتصادية، وكذلك يحتاج إلى مصداقية وأمانة مهنية، بحيث تحمل التقارير والأخبار الملومات الدقيقة والموثقة التي لا تؤثّر لصالح جهة على حساب جهة أخرى، مثلما حدث في أخيار الأسهم التي كان يوردها البعض دون أدنى مقدار من المصداقية والأمانة المهنية والحياد

فالإعلام ليس معنياً فقط بعرض التقارير والأخبار الاقتصادية، بل أيضاً تحرّى الجانب الاحتراثي والتخصص المني فيمن يقومون بهذا الدور وفوق ذلك كله مراعاة الأمانة المهنية والمصداقية وعدم الانحراف بهذه المنابر تتاغماً مع جهات بعينها تحت ضغط أي إغراءات أو مصالح تختفي معها أمانة الكلمة.



الصحافة الافتصادية:

أولاً - نشأة الصحافة الاقتصادية:

شهدت الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية انتعاشة كبيرة في إصدار العديد من الصحف المتخصصة، وكان من بينها الصحافة الاقتصادية مثل مجلة الاقتصاد الزراعي ١٩٥٠م، ومجلة الاقتصاد والمحاسبة ١٩٥١م، ومجلة الأهرام الاقتصادي مجلة شهرية وتحولت إلى أسبوعية في يونيو ١٩٥٠م، غير أن الصحافة المصرية لم تشهد ظهور أبواب وصفحات اقتصادية بشكل ثابت إلا عقب قيام ثورة يوليو ١٩٥٧م حين بدأ التركيز على المشكلة الاقتصادية خاصة عندما أنشئت حكومة الثورة المجلس الدائم للإنتاج القومي، فبدأت الصحف العامة تهتم بالتحرير الاقتصادي، ومنها صحف الأهرام وروز اليوسف، أما أول باب اقتصادي في الصحات والأقسام المصرية خلال هذه الفترة فكان في مجلة التحرير ثم توالت الصفحات والأقسام الاقتصادية في الصحف المسرية .

ثانياً - مفهوم الصحافة الاقتصادية:

يمكننا تعريف الإعلام الاقتصادي الصحفي بأنه نشر المعلومة الاقتصادية باستخدام الفنون الصحفية المتوعة (خبر تحقيق مقال كاريكاتير) بأسلوب بسيط يلائم جمهور الصحافة على اختلاف مستوياتها وذلك بهدف التوضيح والتقسير والتحليل والنقد والتأثير وتكوين اتجاه ممين لدى الرآي المام والدفاع عن وجهة نظر المجلة تجاه الأحداث والسياسات الاقتصادية والسياسية والداخلية والخارجية".

 ⁽۱) ماجدة عبد المرضي معمد سليمان: المسحافة المتخصصة - إشكاليات الواقع وآفاق للستقبل، طدا،
 القاهرة، دار الدائم المربى، ۲۰۱۰، ص ۲٥

⁽٢) إبراهيم محمد عبد اللطيف أحمد: مجلة الأهرام الاقتصادي- دراسة فتية وتاريخية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جلمعة القاهرة، متكلية الإعلام: فسم الصحافة ، ١٩٩٠ ص ١٤





سمات الصحافة الاقتصادية :

الكتابة للصحافة الاقتصادية تختلف عن غيرها ، فالمقال الاقتصادي مثلاً له طبيعة تختلف عن المقالات بمعنى أنه يتعامل مع أرقام وأوزان وكميات، بمعنى الكتابة فيه بشكل رومانسي أو عاطفي... الخ لا يفيد لأن عظم المقال يكون في الحقائق والأشياء المادية (1).

ويمكن تحديد سمات الصحافة الاقتصادية والمحرر الاقتصادي في الأتي ("):

أ- سمات الصحافة الاقتصادية:

ومن أهم سمات الصحافة المتخصصة أنها:

- ١- صحافة جادة تتعامل مع مضمون جاد.
- ٢ تعتمد بشكل أساسي على المعلومات والبيانات والإحصاءات والأرقام.
- ٣ تتخطى تغطية الحدث، إلى تحليله وتفسيره، وربطه بغيره من الأحداث.

ب- مواصفات المحرر الاقتصادي:

- الصحفي الاقتصادي أقرب ما يكون إلى الباحث العلمي، ولذا فإن عليه أن يلتزم بالأمانة العلمية في جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها.
- ٢- أن يكون عالماً بنوعية قرائه، وملماً بسياسة الصحيفة التحريرية التي يعمل بها، وأن يكون نظيف اليد لأن اتصاله برجال المال والأعمال قد يعرضه لإغراءات مادية.
- ٣- أن يكون صادقاً مع نفمه ومع الناس أميناً في معاملاته، دفيقاً في ذكر المعلومات والحقائق فكلمة غير دفيقة في موضوع اقتصادي في صحيفة قد تسبب انفجاراً استهلاكياً، أو ازمة اقتصادية.

 ⁽١) محمود المراغي: الدورة التدريبية لمحرري الشؤون الاقتصادية، القاهرة، المجلس الأعلى للصحافة،
 ١٩٩٠، ص ٧٦

 ⁽۲) إسماعيل إبراهيم: المنحقي المتخصص، ط١، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص٢٧٨،





- 4- أن يكون جريئاً شجاعاً لا يتردد في كشف المسدين والمتحرفين في المجال الاقتصادي.
- ه- أن يكون ملماً بنظم البنوك، ونظم الاستيراد والتصدير، ومشكلات النقد.
 والعملة.
- آن يلم بالعوامل المتي تـؤثر في التنميـة الاقتـصادية للدولـة، وأن يعـرف
 المشروعات الاقتصادية الجديدة.
 - ٧- أن يكون على علم بفائض الإنتاج من كل سلعة أو حجم البيع منها.
 - ٨- القدرة على فهم المصطلحات الاقتصادية المختلفة.
- أن تكون لديه خبرة جيدة عن الحسابات ومعرفة بعمليات الكمبيوتر
 والحاسب الآلي.

أنواع الإعلام الافتصادي:

- الإعلام الصادق أو النظيف.
- الإعلام الكاذب أو غير النظيف، ويستخدم في الحروب ولبث الأخبار السلبية
 إذا الأسواق.

أساليب الإعلام الاقتصادي:

- المجلات والجرائد.
- البث الإذاعي والتلفزيوني الأرضية منها والفضائية.
- شبكة الانترنت والحملات الإعلامية متعددة اللغات.
 - المحاضرات والندوات الترويجية والإعلامية.

هدف الحملات الإعلامية والإعلانية:

- التحكم بتوقعات وانجاهات السوق.
 - التأثير على خيارات الستهلكين.



التأثير على المنويات

أهبية الإعلام الاقتصادى:

- المحرك الأساسى لحركة التكتلات والتجمعات والأحلاف العالمية.
 - ٢- الحدد لقوة الدول والأمم والجموعات.
 - ٣- عزز مفهوم المنافسة والجدوى والعائد المالي والمردود الاقتصادي.
- له دور أساسي في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والمحلية والدولية.
- ٥- تؤثر بصورة أو بأخرى على الحياة اليومية للمجتمعات النامية على وجه
 الخصوص.

دور الإعلام الافتصادي:

- ١٠ له دور في تحريك أو تتشيط وتحريك عجلة الاقتصاد والإعلان والإعلام عن
 التحولات التى تحدث في دنيا المال والأعمال.
- ٢- يوفر للعامة والمتخصصين المعلومات حول الأوضاع الاقتصادية المحلية
 والعالمية.
 - ٣- يقوم بالتعريف بالحركة الاقتصادية في الدول الأخرى.
 - ٤- ضمان الحقوق الاقتصادية للمواطنين.
 - ٥- تفيد الإعلام في حركة الاستثمار ومجالاته.
 - آ- له دور في التنمية، وخاصة التنمية الاقتصادية.
- ٧- يقوم عبر وسائل الإعلام بتنطية الحدث الاقتصادي، وتوسيع الآفاق والمعرفة
 حوله.
 - ٨- مطالب بأن يكون أكثر التصافأ بالتخصصين في هذا المجال.



تأثيرات الإعلام الاقتصادي في القطاع الخاس:

يعتبر الإعلام الاقتصادي أهم فرع من فروع الإعلام، وهو الذي يقوم بنقل وتحليل وتفسير التغيرات الاقتصادية التي تحدث في المجتمع وتشمل الأفراد والأماكن والقضايا المتصلة بالاقتصاد، كما يشمل أيضاً تغطية أداء الشركات ونشاطاته، تحت هذه المظلة الإعلامية الاقتصادية، يبدل الكتّاب الاقتصاديون جهوداً كبيرة في البحث والتمحيص في ثنايا الأرقام والمناهج الاقتصادية لكثير من شركات ومؤسسات القطاع الخاص، ومن المؤسف أن نجد المسؤولين في القطاع الخاص لا يثمّنون هذه الجهود، وهذه الرؤية التعليمية المستقلة التي تقوم بعكس أنظارهم إلى بعض الأمور والنتائج الجوهرية التي تتعلق باقتصاديات شركاتهم ومؤسساتهم، على العكس تماماً تؤخذ هذه المبادرات على أنها تريد التشهير والنيل من مسيرة الشركات والمؤسسات الاقتصادية، وغالباً ما تجابه هذه الملاحظات المهمة بالصمت واللامبالاة، وكأنها لا تعنيهم وأن المراد بها تفسير حالة تحليلية ريما تكون قد غابت عن ناظريهم.

إن دور الصحافة الاقتصادية يتمحور في التركيز على الرؤية التحليلية غير المرئية للعوام ونقلها بأمانة مطلقة وشفافية مقصودة ترمي إلى بث التوعية لدى شرائح المجتمع بجميع فتاته، هذا بالإضافة إلى بيان مراكز القوة والضعف في الشركات والموسات، ومعرفة الأسباب التي أدت إلى التقصير في الأداء والتحليل التقصيلي لما آلت إليه اجتماعات مجالس الإدارة لتلك الشركات وتبسيطها لتكون سهلة على فهم الشخص العادي، كذلك تذليل المصعوبات البيروقراطية والمعليات التي تؤثر في معميرة الإنتاج والتطوير في



الشركات والمؤسسات وغيرها من الأمور التي تهم الحركة الاقتصادية المحيطة بالمجتمع.

جميعنا يدرك أن الإعلام الاقتصادي لا يعرف المجاملة، لسبب بسيط وهو اعتماده على بناء الطروحات والمقالات على أساس أرقام وتحليلات يستنبط من خلالها الكاتب والباحث الاقتصادي الفكرة والفائدة التي من المفروض أن يستفيد منها المجتمع.

إلى أي مدى يتفاعل المجتمع العربي مع الأخبار والمقالات والتحليلات الاقتصادية، وهل تؤخذ المعلومة من الاقتصادية، وهل تؤخذ المعلومة من جانبها المعلوماتي فقطة

سنطرح فيما يلي بعض التأثيرات المهيزة لحالات آثارها الإعلام الاقتصادي الاقتصادي على نشر الفائدة على المجتمع:

في عام ١٩٩١ وفي مدينة سانت جوزيه في ولاية كاليفورنيا كانت مجموعة من طلبة الثانوية (الأفارقة الأمريكان) في رحلة مدرسية في هذه المدينة، بعد يوم حافل بزيارة معظم معالم المدينة، نهبت المجموعة مع مدرسيهم إلى مطاعم دينيز Denny (A Restaurants الشهورة لتناول طعام العشاء، رفض مدير ذلك المطعم أن يقوم المطعم بخدمة هذه المجموعة إلا إذا تم دفع قيمة العشاء مقدماً، وذلك من منطلق التفرقة العنصرية ضد السود، أثارت الصحافة الاقتصادية هذا الموضوع في اليوم التالي، ما أثار حفيظة المجتمع وغضبه على الإدارة التنفيذية للمطاعم، بالتالي تم رفع قضية من قبل الرابطة الوطنية للنهوض بالشعب الماون Advancement of Colored People NAACP



المطاعم لتخصيص مبلغ مليار و ٢٠٠ مليون دولار للبرامج المساعدة على نشر الوعي فيما يخص التفرقة العنصرية التي كانت سائدة في تلك الفترة.

بداية من عام ١٩٨٤ قامت شركة أي تي آند تي AT&T الضغمة بالاستحواذ على شركات أخرى متوسطة وكبيرة في مجال الحاسب الآلي والاتصالات، لم تنجح تلك الاستحواذات في النجاح الاستراتيجي المرجو منها، حيث بدأت الشركة في مرحلة خسارات تشفيلية كبرى بداية من عام ١٩٩١، منا اضطر الرئيس التنفيذي إلى إعلان تسريح ٨٥٠٠ موظف من وظائفهم في عام ١٩٩٥، وذلك كإجراء استراتيجي لوضع الشركة في المسار الصحيح.

لمب الإعلام الاقتصادي دوراً رئيساً في نشر الوعي الصعيح للحاجة الإستراتيجية إلى ذلك القرار وفائدته على اقتصاد الشركة والمجتمع، حاولت الشركة استغلال وقوف ودعم الإعلام الاقتصادي لقرار التسريح واستغلاله لإعلان تسريح ٤٠ ألف موظف خلال ثلاث سنوات بداية من عام ١٩٩٦، عكس هذا القرار نظرة المحللين والكتّباب الاقتصاديين في الإعلام الاقتصادي وقياموا بنشر النتائج السلبية لمثل ذلك القرار على المجتمع الأمريكي، ما اضطر إدارة الشركة إلى التراجع عن القرار واتخاذ إجراءات إصلاحية لتصحيح الصورة في وسائل الإعلام وأعين المجتمع، مما كلّفهم ملايين الدولارات.

السؤال الذي يطرح نفسه هنا، لماذا لا نتفاعل كمجتمع مع الأخبار والمقالات والطروحات الاقتصادية التي هي أساساً وجدت لما فيه لصالحنا؟ هل يوجد لدينا تاريخ ولو على المدى القريب عن حالات أثر فيها الإعلام الاقتصادي على القطاع الخاص، وبالتالي استقاد المجتمع من جراء ذلك؟ إن لم يوجد، إذاً ما الأسباب؟ قصور من الإعلام الاقتصادي أو تبلّد في المجتمع





لعلمه المسبق بعدم جدوى تلك الأخبار والطروحات وأن القطاع يبقى الغالب في نهاية المطاف! [- في رأي البعض- يلعب ضيق المساحة الحرة المتاحة للمحرر والكاتب والباحث دوراً رئيساً في نشوء تلك الحلقة المفرغة بين الإعلام الاقتصادي وشرائح المجتمع، والقطاع الخاص يعي جيداً وجود تلك المساحة الضيقة ولا يعطي أي اعتبار إلى مثل تلك الأخبار والطروحات، ماذا لو أعطي الإعلام الاقتصادي مساحة أوسع لوضع النقاط على الحروف فيما يخص اقتصاديات القطاع، هل سيكون هناك أي تغيير إيجابي على المجتمع أن.

⁽١) صحيفة "الاقتصادية" السعودية.

\$

ताष्ट्री शिवब्री

وُسائِلُ الْإِعْلَامُ وَالْإِعْلَانُ...اسَرَقَدُوانِتَاثِير





لا أحد يجادل في وفتتا الحاضر، الذي يوصف بعصر المعلومات وتقنيات الاتصال عالية التطور والكفاءة والفعالية، في قوة تأثير وسائل الإعلام على الناس أفراداً وحماعات وشعوداً وأمهاً.

ومع الاختلاف الظاهري ما بين وسائل الإعلام ووسائل الإعلان فيما يختص بالدوافع والأهداف، إلا أن العلاقة بينهما وثيقة، بل هي علاقة عضوية، بحيث لا يستفني أحدهما عن الآخر، ولا يعمل بدونه، فما هي وسائل الإعلام؟ وما هو الإعلان؟ وما طبيعة الملاقة بينهما؟ وما هي النظريات المُسْرة لهذه الملاقة؟

ونظراً لاتساع هذا المجال وتشعب مساراته، فإن بحثه يستدعي تركيزه على وسائل الإعلام الرئيسية الثلاث، وهي الصحف، والإذاعة (الراديو)، والتلفزيون، وبجانب كل منها الإعلان، الذي يعتبر تخصصاً قائماً بذاته، له منظريه ومبدعيه، ومثات الآلاف من العاملين في حقله وميدانه، وفنونه ذات الفاعلية العالية، بل إن هناك من بعد الإعلان أكبر صناعة في العالم، نظراً لما يدور في فلكه من صناعات مساندة أو مكملة تنتشر منتجاتها في كل مكان، ابتداءً من الحاسبات، وأجهزة الراديو، والتفزيون، والأفسرطة، والتسجيلات، وانتهاءً بالأقصار الصناعية، واستوديوهات الإنتاج العملاقة، لكن المهم هنا هو نتيجة كل هذه العلاقات المتداخلة والمتطورة باستمرار، أو بعبارة أخرى الأثر الذي تتركه في الحصلة النهائية.

وظائف وسائل الإعلام الرئيسية:

يمكن تحديد وظائف الاتصال الأساسية، ومنها وسائل الإعلام الرئيسية الثلاث، في الإعلام والتثقيف والترفيه والتربية والتعليم، وكل واحدة من هذه الوظائف تتمرع إلى العديد من التخصصات الدقيقة حسب أهداف الاتصال وحاجات المتلقين.

الصحف

قوة اجتماعية واقتصادية هامة في المجتمع، وهي قوة رئيسية في تشكيل الرآي العام، وبالتالي تؤثر بشدة على الجهود الوطنية والدولية من أجل التقدم



. الوطني والتفاهم العالمي، وقد تطورت الصحف من ورقة واحدة توزع محلياً إلى إنتاج متعدد الصفحات يوزع دولياً.

وقد ظهرت الصحف الأولى في ألمانيا في أوائل القرن الثامن عشر الميلادي، ومع بداية القرن العشرين ظهرت الجمعيات المهنية الصحفية، وبدأ التطور التدريجي للصحف الملوكة من قبل الشركات المساهمة الكبرى، وتحولت الصحف إلى موسسات متكاملة، وظهرت وكالات تجميع الأخبار مثل يونايتد برس Massociated Press، ورويترز Press International واعتمدت الصحف على مواردها من الإعلان في كل مراحل تطورها، إلا أن التلفزيون استولى على الحصة الأكبر من سوق الإعلان مما أثر على دخل الصحف المن وإخراج الصحف المهرودة، واحتمدت الأمر وتمكنت من تطوير أساليبها في إنتاج وإخراج المهرزة، مما أعاد لها قيمتها الإعلانية المهيزة.

وجمهور الصحف يتميز بكونه (غير أمي) لكن الصحف تنظر إلى القراء من خلال (مقروئيتها) أي أن القارئ الحقيقي في نظرها ليس من بجيد القراءة الهجائية، وإنما هو من يقرأ الصحيفة، وبالذات من يشتريها ليقرأها، لأنه في هذه الحالة سيدقق في معتواها باهتمام وتفاعل.

الإذاعة (الراديو):

من الوسائل التي تخاطب حاسة واحدة بدرجة عالية الوضوح، ويصنف الرديو بأنه من الوسائل الساخنة التي تتجع في استثارة المستمع وتفاعله مع المادة أو الشخصية المذاعة، والراديو مثل الصحيفة يدعم الألفة بين المستمع والمحتوى، لأن مناخ الاستماع يخلق للمستمع عالماً خاصاً به... كما أن غياب مشاهدة الوقائع والأحداث والاعتماد على ما نتقله الوسيلة، يثير الخيال ليرسم الصورة الفائية.

ويرى بعض الخبراء أن جمهور الراديو ليس منتوعاً كجمهور التلفزيون، فمندما اختفت شبكات الإذاعة الشبيهة بشبكة معطات التلفزيون الحالية بمبب



استحواذ التلفزيون على أغلب النجوم والبرامج الجذابة، اختار الراديو التجزئة إلى محطات تخاطب جماهير محلية لكي يحافظ على بقائه.

وقامت المحطات بشكل منفرد بتطوير أنماط ممينة من البرامج الموجهة إلى مجموعات مستهدفة من المستمعن.

التلفزيون:

تعني كلمة تلفزيون المكونة من شقين Tele أي بُعد، vison أي رؤية، الرؤية عن بُعْد، ويعد امتداداً طبيعياً للعين، كما ويعد الراديو امتداداً طبيعياً للأذن.

ومن أهم خصائص التلفزيون انتفاء الحاجز اللغوي، حيث تصبح الصورة هي اللغة، والصورة بطبيعة الحال تخاطب مختلف المستويات الثقافية والاجتماعية، إلا أن هذا الجهاز لا يخلو من ضعف، فهو يُعوّد المتلقي على السلبية، ويقدم له الخبرة جاهزة، ولا يتبح له فرص التفكير وخوض التجارب بنفسه، كما أنه فرض ديكتاتورية التذوق، وخضع لضفوط مؤسسات المال وجماعات المصالح، والنظم المالكة له.

ويمكن للتلفزيون أن يمزج بين قدرات الأداء المسرحي الحي، وإمكانيات الفيلم الميكانيكية، وصوت الراديو، وتوجيه الجمهور، بالإضافة إلى قدراته الإلكترونية الخاصة، وبذلك يمكنه أن يستخدم أفضل الإمكانيات التي توفرت لوسائل الإعلام الأخرى، ويمزج التلفزيون بين الموضوعية والذاتية فيما يتملق بالجمهور، فبوجود الكاميرا ومختلف الوسائل الإلكترونية، يستطيع كل من الكاتب والمخرج توجيه اهتمامات ومشاعر الجمهور وفق رؤيتهما الذاتية نحو حافز

الإعلان:

وظيفة الاتصال هي تحقيق النيوع أو الانتشار أو الشيوع أو المألوفية لفكرة أو موضوع أو سلعة أو خدمة أو قضية، عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو



الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات، باستخدام رموز ذات معنى موجود ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين، وهو ما لا يتم إلا إذا تحقق حد أدنى من التداخل بين مجال خبرة المرسل (الملن) والمستقبلين يودي إلى إيجاد الفهم المشترك الموحد لمعنى الرسالة الاتصالية بين المرسل والمستقبل، والى إحداث الاتصال الحقيقى المبنى على المعرفة المتبادلة المشتركة للرسالة بين طريحًا عملية الاتصال.

وتبماً لأهمية استخدام الإعلان عبر وسائل الاتصال الجماهيري، فإن المستفيدين منه طوروه وسخروه لتحقيق أهدافهم كل في مجاله، لذلك نجد أن أكثر المستخدمين له هم السياسيون والتجار، السياسيون في الإعلان المياسي، والتجار في الإعلان التجاري.

الإعلان السياسي:

يعرف الإعلان السياسي بأنه العملية الاتصالية التي يدهع فيها المُكُن ثمناً مقابل ما يتاح له من فرصة في وسيلة إعلامية ليعرض فيها على الجماهير رسائل سياسية ذات هدف محدد ومقصود من أجل التأثير على مواققهم وأفكارهم وسلوكهم.

ويعد الإعلان السياسي أكثر أنواع الاتصال السياسي تأثيراً على الشعوب والمجتمعات، حيث وظف كثير من القادة والساسة وسائط الاتصال لخدمة أهدافهم وتحقيق غاياتهم، ولذلك يُتهم هذا النوع من الاتصال بأنه السبب المباشر في كثير من المشكلات التي عانت منها الشعوب مثل، ظهور النازية التي نجحت في توظيف الإعلان السياسي والدعاية السياسية لخداع الجماهير، ومثل تسويق المرشحين كما تُسوق الأفلام والمسلسلات التلفزيونية، والمبالفة في إعطائهم صفات لا تمت إلى الحقيقة بصلة.

الإعلان التجاري:

ويعرّف أحد الباحثين بأن فشاط إداري منظم، يستخدم الأساليب الابتكارية لتعميم الاتصال الإقناعي التأثيري المتميز، باستخدام وسائل الاتصال





الجماهيرية، وذلك في زيادة الطلب على السلعة الملن عنها، وخلق صورة ذهنية Image طيبة عن المنشأة المعلنة تتسق مع إنجازاتها وجهودها في تحقيق الإشباع لحاجات المستهلكين، وزيادة الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية.

النظريات المفسّرة للعلاقة والتأثير:

اتفق كثير من علماء الاتصال على تقسيم المراحل التاريخية التي مر بها الفكر والتنظير عن تأثيرات وسائل الإعلام إلى ثلاث مراحل:

♦ مرحلة وسائل الإعلام قوية التأثير: وتمند من مطلع القرن العشرين حتى نهاية عقد الثلاثينات منه، حيث شاع الاعتقاد بأن وسائل الإعلام تتمتع بدرجة قوية من التــأثير علــى جماهيرهــا، فإليهــا ثمــزى قــوة تـشكيل الآراء والاعتقــادات والاتجاهات، ولها القدرة على تغيير العادات، وتشكيل سلوك وتصرفات الجماهير حسب آراء القائمين على وسائل الإعلام، ولم يكن هذا الاعتقاد قائماً على أساس من البحث العلمي، وإنما كان قائماً على ملاحظة الشعبية المتزايدة لوسائل الإعلام السائدة في ذلك الوقت (الإذاعة، والصحافة، والأفلام).

فقي أوروبا كان استعمال الأنظمة الدكتاتورية لوسائل الإعلام خلال المحرب، وكذلك استخدامها من قبل النظام الثوري في روسيا بعد الحرب شاهداً على صدق ذلك الاعتقاد، وهو أن وسائل الإعلام ذات قوة جبارة، وهذا الاعتقاد هو سبب بداية البحث العلمي لتحديد تأثيرات وسائل الإعلام على الجماهير، باستخدام أبحاث علم النفس الاجتماعي وطرقها ومناهجها ونتائجها.

په مرحلة اختبار قوة تأثير وسائل الإعلام: حرصت الدراسات على معرفة الآثار الضارة المحتملة لوسائل الإعلام، خاصة فيما يتعلق باحتمال تشجيع الإعلام للانحراف والجريمة والتمصب العرقي والعدوان والانحلال والإباحية، وفي البداية اهتم الباحثون بالتمييز بين أنواع التأثيرات الإعلامية المكنة على الجماهير وذلك تبعاً لخصائصهم وصفاتهم النفسية والاجتماعية ثم تـلا ذلك مرحلة اهـتم فيهـا الباحثون بتأثير العوامل الوسيطة في العملية الإعلامية مثل دور الاتصال الشخصي





ودور البيئة الاجتماعية للجمهور، أما المرحلة الأخيرة فقد أولى فيها الباحثون عنايتهم لدور وتأثير الأنواع المختلفة من الحوافز التي تحث أفراد الجمهور على استخدام وسائل الإعلام.

♦ مرحلة إعادة اكتشاف قوة تأثير وسائل الإعلام حيث شكك عدد من الباحثين في نتائج الدراسات السابقة، وأكدوا أن لوسائل الإعلام تأثيرات اجتماعية هامة، وأنها وسيلة هامة لبسط النفوذ السياسي والاجتماعي في المجتمع، وقد كان أحد أهم أسباب عودة قوة تأثير وسائل الإعلام هو ظهور التلفزيون على الساحة الإعلامية في الخمسينات والستينات من القرن العشرين كوسيلة إعلامية جماهيرية جماهيرية تفوق سابقاتها من الوسائل الاعلامية الأخرى.

نظريات التأثير الإعلامي:

طبقاً للدكتور محمد البشر، أستاذ مادة نظريات التأثير الإعلامي، الذي قام هو وطلاب الدراسات العليا في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض بإعداد مؤلف بعنوان (نظريات التأثير الإعلامي)، فإن أشهر نظريات التأثير الإعلامي.

نظرية ترتيب الأولويات:

ويتلخص مفهوم هذه النظرية في النقاط التالية:

أن هناك عوامل تصاحب مضمون الرسالة الإعلامية تتمثل في ترتيب رسالة معينة من بين رسائل ومضامين مختلفة، ومساحتها الزمنية أو المكانية في الوسيلة الإعلامية، والشكل الذي تقدم به وغيرها من عوامل الإبراز المختلفة التي تشير إلى اهتمام الوسيلة الإعلامية بقضايا معينة.

أن تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين وإعطائه حيزاً كبيراً يدل لدى الجمهور على أن الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله





حاضراً باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام وأن الموضوعات الأخرى أو الأشخاص الآخرين ليس لهم حضور أو أهمية للجمهور.

إن إبراز وسائل الإعلام لقضايا معينة وأشخاص محددين لا يؤدي فقط إلى تضخيم تلك القضايا على حساب قضايا أهم... بل إن لذلك كله آثاراً بعيدة على الوعى العام بقضايا الأمة.

إن تأثير وسائل الإعلام على الناس من خلال قصر الحصيلة المعرفية لدى الجمهور على مسائل محددة لا تتعدى في الغالب البرامج الرياضية والترفيهية والموضوعات العاطفية، وتقديم قدوات مزيفة له من عناصر المجتمع الهامشية وغير المنتحة.

إن إدمان الجمهور على استهلاك المواد الإعلامية التي تقدمها له وسائل الإعلام على أساس ترتيبها هي، قد يؤدي إلى تشكيله وتأثره بما تشتمل عليه تلك المواد، هذا وجه من أوجه التأثير التراكمي لوسائل الإعلام.

♦ نظرية الاستخدامات والإشباعات:

لقد تعددت توجهات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات، ومن أهم تلك الاتجاهات التي يكاد يتفق عليها الكثيرون ما يلى:

- أن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل
 الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تابى توقعاته.
- يُعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور
 ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع
 الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع
 حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل



الاتصال هي التي تستخدم الأفراد، أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة الإعلامية وذلك بما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم.

- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية والاجتماعية)، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات
 الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال معتويات الرسائل فقط.
- إن رغبات الجمهور المتلقي للوسائل الإعلامية متمندة، والإعلام لا يلبي إلا بمضاً منها.

نظرية الفرس الثقلية:

يمكن وصف عملية الفرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الفرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات، وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصفار في الجماعات والأسر غير المتماسكة أو بين الأطفال النين يقبل لميهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، ووكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون ضحايا.

نظرية الفجوة المرفية:

تقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية في زيادة أو وجود هذا التباين.

ويقوم أساس النظرية على افتراض أن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي يؤدي إلى جعل فئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى





الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدل النقصان، ويؤكد هذا الفرض أن الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنغفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من المنتويات الأعلى.

نظرية المالجة الملوماتية:

إنها نظرية تبحث في الكيفية التي يستقبل بها الجمهور المعلومات ويختزنها في ذهنه ومن ثم يطوعها ويستخدمها بما ينسجم مع رغباته وتوجهاته.

والفكرة الرئيسية لهذه النظرية تقوم على الفرضية التي تقول إن الأشخاص لديهم وجهات نظر منمطة ومترسبة حول بعض الأفكار أو الأشخاص أو الأحداث التي تقع حولهم، وهذه الصور الذهنية المترسبة في العقل والذهن تساعد على تفسير ما يدور في محيط الشخص وبيئته، وأبضاً أن لدى الحمهور انطباعات مترسبة عن وسائل الإعلام أو بعض القائمين بالاتصال من خلال المضامين التي يتحدثون عنها، وهذه الانطباعات تؤثر سلباً أو إيجاباً على الجمهور في تعامله مع هذه الوسيلة ومضامينها بالرفض أو القبول، وبالتالي فإن الأفكار المترسبة في الذاكرة تؤثر على الشخص، بحيث يتجاهل الأفكار التي تتعارض معه ويركز على الأفكار التي تعزز أفكاره، وقد يكون هناك تغيير للأفكار المترسبة في حالة تدفق الملومات وتركيزها وطريقة عرضها للأفكار والأحداث، وهذه المملية لا تتم بسهولة فهي تواجه بمقاومة صعبة من الأشخاص(١).

⁽١) عبد المزيز حمد عبد الله الحسن، مدير عام الإعلان التجاري- الفزيون الملكة المربية السعودية-الرباض: ۲۰۱۰

♦

मिक्रेचीर देखें गिजवें।







قال الله تعالى: ﴿ وَإِنْ عَنِمَا آَتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآَخَرَةَ وَلَا نَّسَ ضَمِينَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا نَبْعَ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴾ (سورة القصص / ٧٧)

إن الأفكار في أي أمة من الأمم هي أعظم ثروة تنالها الأمة في حياتها إن كانت ناشئة، وأعظم هبة يتسلمها الجيل من سلفه إذا كانت الأمة عريقة في الفكر المستنير، أما الثروة المادية والاكتشافات العلمية والمخترعات الصناعية... وما شاكلها، فإن مكانها دون الأفكار بكثير بل أنه يتوقف الوصول إليها على الأفكار، ويتوقف الاحتفاظ بها على الأفكار، لقد كانت بعثة الرسول صلى الله عليه وسلم خير شاهد على هذه الحقائق فبعد أن حمل العرب رسالة الإسلام ازدهرت عندهم العلوم وكل فنون الحياة بعد أن كانوا في جاهلة وأمية.

وما أن زالت دولة الإسلام حتى عاد السلمون إلى آخر ركب الأمم.

إذا كانت الأمة الإسلامية تحكم على صورة النظام الديمقراطي شكلياً عن تعمد من الكافر المستعمر ليتمكن من حماية استعماره ونظامه فإنها تحكم بالنظام الاقتصادي الرأسمائي عملياً في جميع نواحي الحياة الاقتصادية ، لذلك فان أفكار الإسلام عن الاقتصاد من أكثر الأفكار محاربة من قبل الكافر المستعمر وعملائه والمتونين به من الظلاميين والمضبوعين والحكام.

والحقيقة إن الاقتصاد هو تدبير شؤون المال أما بتكثيره وتأمين إيجاده ويبحث فيه علم الاقتصاد وأما بكيفية توزيعه فيبحث فيه النظام الاقتصادي.

فعلم الاقتصاد والنظام الاقتصادي مختلفان ومفهوم احدهما غير مفهوم الآخر، فالنظام الاقتصادي لا يختلف بكثرة الثروة ولا بقلتها وكذلك الثروة لا يؤثر فيها شكل النظام الاقتصادي.

لكن الأمر الأهم هو النظام الاقتصادي وهو توزيع الثروة المخلوقة بين الناس وتمكينهم من حيازتها والانتفاع بها حيث يأتى بعد ذلك الإنتاج وزيادته.





ويعبارة آخرى نستطيع أن نقول، إن موضوع الاقتصاد قسمان الأول السياسة الاقتصادية والثاني زيادة الثروة.

أما السياسة الاقتصادية فهي:

- أ- الخطوط العريضة لمسادر الاقتصاد.
- ب- الخطوط العريضة لضمانة الحاجات الأساسية.

وأما زيادة الثروة فهي في أربعة أقسام:

- أ- السياسة الزراعية.
- ب- السياسة الصناعية.
 - ج- تحويل الشاريع.
- د- إيجاد أسواق خارجية.

وهذا يمالج بالملومات الاقتصادية لا بالأحكام وهي عالمية ولا تتعلق بوجهة النظر في الحياة.

أ- السياسة الزراعية:

وتهدف إلى:

- الإنتاج في المواد الفنائية لإبعاد خطر المجاعة والحصار الاقتصادي
 وذلك بالتوسع في زيادة الأراضي المزروعة وفي تطوير أساليب ووسائل زراعية
 حديدة.
 - ٢- زيادة الإنتاج في المواد اللازمة للثياب مثل القطن والصوف والقنب.
 - ٣- زيادة الإنتاج القابل للتصدير للحصول على عملة صعبة.

ب- السياسة الصناعية:

وهي العمل على جعل البلاد صناعية وذلك بإيجاد صناعة الآلات، أي المصانع التي تصنع الآلات ثم من صناعة البلاد التي تصنع المسانع.

ج- تحويل الشاريع:

إن طريق القروض الخارجية لتعويل المشاريع هو أخطر طريق على البلاد وطالما عانت الأمة منه من البلاء ما عانت وكانت طريقاً لاستعمار البلاد واستتزاف



ثرواتها، وابرز المؤسسات المالية لهذا الغرض البنك العولي، صنعوق النقد العولي، نادي باريس، فضلاً عن البنوك التجارية الغربية ثم الحكومات الغربية بشكل معاشر.

وأما الشراء بثمن مؤجل وهو ما يسمى بالتسهيلات الائتمانية فهذا جائز على شرط عدم تضمنه ربا.

د- إيجاد الأسواق الخارجية:

التي تزيد ثروة البلاد وذلك لتصريف إنتاج البلاد ثم الحصول على العملة الصعبة اللازمة لشراء ما يلزم للثروة الصناعية، فالسياسة التجارية الخارجية تقوم على أساس تجاري صناعي، بغض النظر عن الميزان التجاري سواء العام أو الخاص مع كل دولة ايجابياً كان أو سلبياً.

إن السياسة الاقتصادية هي الهدف الذي ترمي إليه الأحكام التي تمالج تدبير أمور الإنسان، وفي الإسلام هي ضمان تحقيق الإشباع لجميع الحاجات الأساسية لكل فرد إشباعاً كلياً، وتمكينه من إشباع الحاجات الكمالية بقدر ما يستطيع باعتباره يعيش في مجتمع معين له طراز خاص من العيش.

فهي تقوم على أربعة أركان:

- ١- النظرة إلى كل فرد بعينه، فهو فردى في إشباع الحاجات.
- ٧- إشباع الحاجات الأساسية إشباعاً كلياً (المأكل والملبس والمسكن).
 - ٣- إباحة السعى للرزق والمساواة في ذلك بإفساح الطريق إمام الجميع.
 - النظرة إلى سيادة القيم الرفيعة على العلاقات القائمة.

ومن أجل تحقيق هذه السياسة كانت الأحكام المتعلقة بالاقتصاد مبنية على ثلاثة قواعد وهي: الملكية والتصرف في الملكية وتوزيم الثروة.

وأما الملكية فهي إما فردية أو عامة أو للدولة، فملكية الأفراد مثل البيت والسيارة والطمام والأرض، وتمرف بأنها حكم شرعي مقدر بالعين أو المنفعة، يقتضى تمليك من يضاف إليه من انتفاعه بالشيء وأخذ الموض عنه.



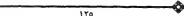


وأما العامة التي تشترك الأمة فيها مثل الطرق والساحات والأنهار والبحار والمعادن والتقطد

وأما الخراج والجزية والفنائم وغيرها فهي ملكية دولة موقوف التصرف بها على رأى الخليفة.

فقد بين الشرع الأسباب التي يملك بها الفرد، والحالات التي تملك بها الأمة، والأسباب التي تملك بها الدولة ومنع ما عدا ذلك، وباستقراء الأحكام الشرعية التي تقتضي ملكية الشخص للمال يتبين أن أسباب التملك محصورة في خمسة أسباب هي:

- ١- العمل،
- ٧- الارث.
- ٣- الحاجة للمال لأجل الحياة.
- إعطاء الدولة من أمواليا للرعية.
- ٥- الأموال التي بأخذها الأفراد دون مقابل مال أو جهد.
 - أولاً أما العمل المشروع الذي يكون سبباً لتملك المال:
- ١- إحياء الموات: وهبي الأرض التي لا مالك لها، ولا ينتفع بها أحد، وذلك بزراعتها أو البناء عليها أو الانتفاع بها.
- ٢- استخراج ما في باطن الأرض أو ما في الهواء وذلك مما ليس من ضرورات الجماعة وهو الركاز وفيه الخمس، وهو ما كان مركوزاً بفعل إنسان أو كان محدود المقدار لا بيلغ أن يكون للجماعة فيه حاجة.
 - وأما المحاجر وأمثالها فليست ركازاً ولا ملكاً عاماً بل ملكية فردية.
 - ٣- الصيد: سواء صيد البرأو البحر ومنه اللآلئ والمرجان.
 - 2- السمسرة: وهي أن يعمل للفير بأجر بيم أو شراء،
 - 0- المضاربة: وهي أن يعمل شخص في مال آخر على نصيب من الربح.
- ٦- الماقاة: أن يعمل شخص في شجر آخر ليقوم بسقيه وما يحتاجه بجزء معلوم من الثمر.







٧- العمل للآخرين بأجر: والإجارة هنا تمليك من الأجير للمستأجر منفعة وتمليك من المستأجر للأجير مالاً، فهي عقد على منفعة بعوض وهي قسمان: أن يرد العقد على منفعة الشخص كاستثجار الخادم والعامل ومنه موظف الحكومة وهو الأجير الخاص، أو أن يرد العقد على منفعة العمل مثل أرباب الحرف والطبيب وغيره وهو الأجير العام.

ثانياً - وأما الإرث فمعلوم من الدين بالضرورة.

ثَالثاً - وإما الحاجة للمال لأجل الحياة:

ذلك أن العيش حق لكل إنسان، فيجب أن ينال هذا العيش حقاً، لا منحة ولا عطفاً، فإذا تعذر إيجاد عمل لشخص أو عجز عن القيام بالعمل لمرض أو كبر سن أو لأي سبب من أسباب العجز كان عيشه واجباً على من أوجب عليه الشرع الإنفاق عليه، فإن لم يوجد أو كان غير قادر صارت نفقته على بيت المال أي على الدولة.

رابعاً - وأما إعطاء الدولة من أموالها للرعية:

مثل إعطائها أموالاً للرعية لسد حاجتهم أو لسد ديونهم أو توزيع شيء من الفنائم.

خامساً - الأموال التي يأخذها الأفراد دون مقابل مال أو جهد وهي خمسة:

- ١- صلة الأفراد ببعضهم بعض سوءاً في الحياة كالبية والهدية أم بعد الموت كالوصية.
- ٢٠ استحقاق المال عوضاً عن ضرر من الأضرار التي لحقتهم، كدية القتيل
 وديات الجراح.
 - ٣- استحقاق المهر وتوابعه بعقد النكاح.
 - اللقطة ويملكها بعد أن يعرفها عاماً.
- تعويض الخليفة ومثله من الحكام وهو ما يأخذونه من مال مقابل حبسهم
 عن القيام بأعمالهم.



أما عن كيفية التصرف بالمال، فأنه لما كان المال لله، والله قد استخلف العبد فيه بإذن منه فأنه مقيد بحدود الشرع وليس مطلق التصرف فيه، سواء كان التصرف في تنمية الملك أو التصرف بالانفاق صلة ونفقة.

لقد بين الشرع أحكام الزراعة في بيان أحكام الأراضي وبين أحكام التجارة في بيان أحكام البيع والشركة وبين أحكام الصناعة في بيان أحكام الأجير والاستصناع.

فكانت الأراضي خراجية وعشرية وشرع احياء الموات ثم إن الشرع اجبر كل من ملك أرضاً سواء بالشراء أو الميراث استغلالها وإذا أهملها ثلاث سنين تؤخذ منه وتعطى لغيره، وحرم الشرع إجارة الأرض للزراعة مطلقاً سواء كانت عشرية أو خراجية.

أما عن الشركة فهي عقد بين اثنين فأكثر يتفقان فيه على القيام بعمل مالي بقصد الربح وتجوز الشركة بين المسلمين كذلك أهل النمة، والشركة إما شركة عقود أو أملاك، والعقود على خمسة أنواع:

- شركة العثان: وهي أن يشترك شخصان بماليهما على أن يعملا فيه داددانهما.
 - ٢- شركة الأبدان وهي أن يشترك شخصان أو أكثر بأبدانهما فقط.
 - ٣- شركة المضاربة.
 - 2- شركة الوجوه وهي أن يشترك بدنان بمال غيرهما.
- ٥- شركة المفاوضة وهي أن يشترك الشريكان في أكثر من شركة من الشركات المار ذكرها.

وأما الشركات الرأسمالية والمطبقة في بلاد المسلمين فهي باطلة شرعاً سواء شركات الأموال وهي المساهمة أو الأشخاص وهي التضامن.

وفي الوقت الذي حدد الشرع فيه طرق تنمية الملك فانه منع طرق معينة وحرمها مثل القمار والريا والفين الفاحش والتدليس في البيع والاحتكار والتسعير.



لقد حدد الشرع واردات بيت المال بشكل دائم ومنها الزكاة والجزية والخراج والضرائب ثم جعل النهب والفضة هما النقض في دار الإسلام "الخلافة" ثم منع كنزهما ولو أخرجت زكاتهما وفرض قيمة المينار الشرعي ٤.٢٥ غرام ذهب ودرهم الفضة ٢,٩٧٥ غرام.

هذه صورة مجملة عن الاقتصاد في الإسلام داعين الله عز وجل أن يوفق المسلمين للعمل مع العاملين لتطبيقها حتى لا تبقي السماء شيئاً من قطرها إلا أنزلته ولا الأرض شيئاً من خيرها إلا أخرجته.

شال الله تعالى: ﴿ فَقُلْتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَحُمُ إِنَّهُ كَانَ غَفَّارًا ۞ يُوسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمُ مِدْرَارًا ۞ وَيُعْدِدُكُمُ بِأَمُوال وَيَتِينَ وَيَجْعَلُ لَكُمُ جَنَّاتٍ وَيَجْعَلُ لَكُمُ أَهْارًا ﴾ (سورة نوح/١٠ - ١٢).

دور الإعلام في تطوير البحث في الاقتصاد الإسلامي:

تميش الأمة الإسلامية في مرحلة تمج بالعديد من التحديات، في ظل ذلك النظام العالمي الجديد، الذي بزغ في مطلع تسمينات القرن الماضي، وقد تبوء الاقتصاد مكانة بارزة في آليات هذا النظام - بغض النظر عن طبيعة هذا الدور وآثاره السلبية على الدول النامية، والتي تشمل معظم البلدان الإسلامية، كما كانت ثورة الاتصالات والمعلومات لها دور ملحوظ لا تخطئه عين، بالإضافة إلى العديد من المتغيرات التي شملت مختلف الجوانب السياسية والثقافية، كما يقوم الإعلام فيه بدور حقق إدعاء العولمة، من كون العالم أصبح "قرية صغيرة"، فما يحدث من مجريات وتطورات في أي مكان أصبح من السهولة بمكان الإطلاع عليه فنفس الوقت من خلال أدوات ووسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت الفضائيات أو شبكة الانترنت، أو وكالات الأنباء العالمية، أو الإذاعات.

وقد حاول النظام العالمي الجديد أن يفرض أجندته على مختلف بقاع العالم دون اعتبار لاختلاف الناس وعقائدهم وعاداتهم وتقائيدهم، فنجح في تحقيق ذلك في بعض المناطق، وأخفق في مناطق أخرى، ولعل منطقتنا التي نعيش فيها وكذلك



غالبية البلدان الإسلامية، كانت من تلك المتاطق التي استعصت على الدنويان في بوتقة العولة، فيما يتعلق بالجوانب الاقتصادية لارتباطها بأمور هي من صميم عقيدتنا الإسلامية وشريعتنا السمحاء، وإن كان هذا النظام العالمي الجديد يتواجد بآلياته وأدواته في البلدان الإسلامية، إلا أن المسلمين يشعرون بغرابة تلك الأدوات وتطلعهم لمنظومة لا تفصلهم عن رسالتهم الأساسية، التي تعتمد على ارتباط الدنيا بالآخرة.

ولا يعني ذلك أن العولة قد طوت صفحة البلدان العربية والإسلامية ، ولكن يمكن القول أن هناك حضور لها ومظاهر شديدة الأثر لنجاح العولة في البلدان العربية والإسلامية ، وخاصة على الصعيد السياسي والثقافي والتسويقي والإعلامي، ولكنه لا تحظى بذلك الإقبال الذي يمكن أن نسميه إيماناً أو حباً لها ، ولكنه قبول المضطر، لا في جانبها المتقني والعلمي والمعلوماتي، ولكن في جوانبها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ، التي تمس الخصوصية العقائدية والدينية.

ويـأتي هـذا الموقف الاختلاف كل من الفريقين في تصوره لعلاقة الدين بالدولة، أو بالأصح علاقة الدين بالدنيا، فالعقيدة في معناه الفلسفي البسيط هي أسمور الإنسان للإله والكون والحياة وطبيعة العلاقة بينهم"، فالمسلمون لديهم ثوابتهم التي ترى أن التعايش مع الآخر في علاقات مختلفة مقبول في إطار الحفاظ على السياح الواقي لعقيدتهم والعمل وفق شريعتهم، ويبين الدكتور عبد الهادي النجار"، هذه القاعدة الراسخة والحاكمة لمنهج البحث في الإسلام بشكل عام بقوله (إن منهج البحث في الإسلام أبناً كانت مجالات هذا البحث، لابد أن يرتكز على هذا الأساس، ترابط عضوي بين الدين والدنيا، والحياة والآخرة، فالحياة وسيلة إلى غاية، وإذا صلحت الوسيلة صلحت الغاية، وتحقق الهدف المراد من الحياة،

⁽١) عبد الهادي النجار: "الإسلام والاقتصاد. دراسة في المنظر الإسلامي لإبراز القضايا الاقتصادية والاجتماعية الماصرة"، (الحكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم الموقة، المدد ١٢، ص.٥



وفي هذا يقول تعالى ﴿وَإِنْجَ فِيمَا أَتَّاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْأَحْرَةُ وَلَا تَشْنَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ اللِّكَ وَلَا تَبُعُ الْفَسَادَ فَي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ الْحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴾ (القصص، الآية ٧٧).

وية ظل هذه الظروف كانت تجربة الاقتصاد الإسلامي التي بدأت منذ سبعينات القرن العشرين، تواصل عملها الذي اختلفت وتيرته خلال التسعينات، والتي يمكن أن نسميها بمرحلة الثبات، على ما كانت عليه خلال السبعينات والتي يمكن أن نسميها بمرحلة الثبات، على ما كانت عليه خلال السبعينات والثمانينيات، إلا أنها خلال الفترة الحالية من الألفية الثالثة قد شهدت تطوراً ملحوظاً من حيث انتشار المؤسسات العاملة في مجال المالية والمصرفية الإسلامية، ولم يقتصر هذا الانتشار على البلدان العربية والإسلامية ولكنه امتد ليصل إلى العديد من البلدان الإسلامية، كما أن الجانب البحثي والأكاديمي شهد اهتماماً دولياً بمجال الاقتصاد الإسلامي، سواء للتعريف به، أو لانتشار الماهد والأقسام العلية المنية بدراسته.

وعلى صعيد انتشار الصناعة المالية الإسلامية، فتبين الإحصاءات أن هناك نمواً وتوسعاً كبيرين في هذاك الصناعة على الصعيدين العالمي والإقليمي، فهناك أكثر من ٢٠٠ مؤسسة مصرفية ومالية إسلامية حول العالم، يتركز نحو ٤٠٪ منها في الدول العربية وتحديداً في دول الخليج، وبلغ حجم أصول البنوك الإسلامية في عام ٢٠٠٦ نحو ٥٠٠ مليار دولار، منها ٣٣٠ مليار تمثل أصول النوافد الإسلامية في البنوك التقليدية، وتنمو هذه الصناعة بواقع (١٥- ٣٠٠ سنوياً)(".

وكون الاقتصاد الإسلامي علماً اجتماعياً، شأنه شأن العلوم الاجتماعية الأخرى يتأثر ويؤثر في غيره من العلوم والمجالات، فقد لوحظ أن ثمة دور إيجابي يمكن أن يؤديه الإعلام تجاه عملية تطوير البحث في الاقتصاد الإسلامي.

 ⁽١) عنثان يوسف، رئيس مجلس إدارة المسارف العربية: المؤتمر المنحفي حول أداء المسارف العربية في عام
 ٢٠٠٧، القاهرة، فبراير ٢٠٠٨، من ١٩ و ٢٠



الجهود البحثية التي بذلت في مجال الاقتصاد الإسلامي:

للاقتصاد الإسلامي تعريفات متعددة، وسوف نكتفي هنا بأحد هذه التعريفات لاشتماله على مداخل مرتبطة بالموضوع، وهذا التعريف هو:

"الاقتصاد الإسلامي، هو العلم الذي يكشف عن خصائص الاقتصاد ويرشدها بقيم الدين وضوابط الشريمة"، وصاحب هذا التعريف الأستاذ يوسف كمال، ويرى من خلاله أن البحث في الاقتصاد الإسلامي يتطلب أمران^(۱):

الأول: حقائق المعلومة الاقتصادية، وهي حسب رأي الاقتصادي الانجليزي الشهير كينز "دراسة الحاضر في ضوء الماضي ولغرض المستقبل، ولا يجب أن يغيب أي جزء من طبيعة الإنسان ومؤسساته عن عين الباحث".

الثّاني: ضوابط الحكم الشرعي، حيث يحتاج إلى علم اللغة والقراءات وأسانيد الحديث ومعرفة الناسخ والنسوخ والحديث وأحوال الصناعات والفلاحة والحياكة والسياسة.

والشاهد المتعلق في هذا التعريف بوجود دور للإعلام في مجال البحث في الاقتصاد الإسلامي، هو دور مشترك مع علوم وتخصصات أخرى ترصد ما يتعلق بطبيعة الإنسان ومؤسساته كما يرى كينز، أو ما يتعلق بمعرفة أحوال الصناعات والفلاحة والحياكة والسياسة، فكل هذه المجالات يتتاولها الإعلام بوسائله المختلفة، وتمكن الباحث من استخدام أدواته البحثية بصورة أفضل من خلال الاطلاع على سلوك الأفراد والمجتمعات أو المؤسسات العاملة في المجالات المتعلقة بقضيته البحثية، أو بعموم مجال البحث الذي اتخذه لتخصصه الدقيق في الاقتصاد الإسلامي، فوسائل الإعلام مثلاً فيما يتعلق بالأسواق ترصد حالات الرواح أو الكساد وأسبابها، وكذلك الأسعار السائدة ومدى قدرة الأفراد على التعامل في إطارها، أو الجوانب السلبية مثل الاحتكار ومظاهره وتداعياته على أداء الاقتصاد

 ⁽١) يوسف كمال محمد: "فقه اقتصاد السوق... النشاط الخاص" الطبعة الرابعة ، القاهرة ، دار القلم للنشر والتوزيم ٢٠٠٣ م ، ص ٨٨ و٢٩





القومي، كل هذه التناولات تدعم الباحث بشكل مباشر في معرفة الظواهر والمشكلات وطرح الحلول المناسبة لها، أو التفكير في حلول جديدة عما كانت عليه نتائج الأبحاث في زمن مضى، وهنا تكمن مهمة الإعلام في العملية التطويرية للبحث في مجال الاقتصاد الإسلامي، فليس بالضرورة أن تظل نتائج أو توصيف واقع اقتصادي معين على مختلف الآجل، ولكنها في المدى القصير غير المدى المتوسط غير المدى المتوسط غير المدى المتوسط غير

يلاحظ أن الاقتصاد الإسلامي كعلم، لم تنشط الجهود المبدولة لإخراجه إلى واقع ملموس، إلا مع بداية عقد السبعينات من القرن الفائت، وقد ووجهت هذه الجهود في بدايتها بهجوم كبير، ومحاولات الإنكار، وذلك إما بسبب العداء للفكرة الإسلامية برمتها من قبل أصحاب الفكر اليساري الذي كان سائداً إبان هذه الحقبة، أو من العلمانيين الذين يرون ضرورة فصل الدين عن الدولة (أ).

ولكن مع الاستمرار في طرح التجرية، ومساعدة البعض في إخراج فكرة البنوك الإسلامية وغيرها من المؤسسات المالية الإسلامية إلى أرض الواقع، اكتسبت المجهود في مجال الاقتصاد الإسلامي زخماً لا يزال يعتبر محركاً قوياً لذلك المجال، ثم انتقلت الجهود لإنشاء المعاهد والأقسام العلمية والمراكز البحثية المتخصصة في دراسة الاقتصاد الإسلامي، ومن ثم أنت أنشطة المؤتمرات العلمية في مجال الاقتصاد الإسلامي، ومن ثم أنت أنشطة المؤتمرات العلمية في مجال الاقتصاد

وقد عبر عن هذا التطور الدكتور طه جابر العلواني^(**) في أثناء تقديمه لأحد الندوات المتخصصة في الاقتصاد الإسلامي بقوله:

"وحين نمود بالناكرة إلى عشرين سنة قبل الآن أو تزيد قليلاً نجد أن النظرة إلى ما نسميه الآن "بالاقتصاد الإسلامي" لم تكن سوى نظرة ساخرة وهازئة

 ⁽١) موسى يعقوب: "رؤية الإعلام للاقتصاد الإسلامي والبنوك الإسلامية"، ورفة عمل مقدمة إلى ندوة الحوار
بين الإعلاميين والفكر الاقتصادي الإسلامي ومؤسساته، دبي، ١٤٠ - ١٥ يناير ١٩٩٥م.

 ⁽Y) الكلمة الافتتاحية لندوة "إسهام الفكر الإسلامي في الاقتصاد الماصر، القاهرة ٦- ٨ سيتمبر ١٩٨٨ م، ص ١٤.



لكل من ينادي بالاقتصاد الإسلامي، ... نحن لم نجتمع اليوم لنتحدث عن أن للإسلام فكراً اقتصادياً أو مذهباً اقتصادياً أو نظاماً اقتصادياً، فتلك أمور كلها للإسلام فكراً اقتصادياً من البديهيات التي لا يكابر فيها إلا الذين ألفوا الإنكار والمكابرة في الضروريات، ولكننا نجتمع لنستمع إلى دراسات وأبحاث علمية وتعقيبات في أمور تعتبر من القضايا التقصيلية في المجال الاقتصادي".

كما يبين الدكتور محمد شوقي الفنجري تفهم بعض الباحثين الغريبين لمستقبل الاقتصاد الإسلامي أكثر تفاؤلاً من خلال كتاب "الإسلام في مواجهة النمو الاقتصادي" للاقتصادي الفرنسي جاك أوستري، والذي انتهى فيه إلى ":" أن طريق الإنماء الاقتصادي ليس معصوراً في الاقتصاديين المعروفين الرأسمالي والاشتراكي، بل هناك اقتصاد ثالث راجح هو الاقتصاد الإسلامي يبدو في نظره أنه سيسود عالم المستقبل لأنه أسلوب كامل للحياة يحقق كافة المزايا ويتجنب كافة المساوئ".

ويمكننا أن نشير إلى الخطوط العريضة التي يمكن أن تصنف الجهود البحثية المبذولة في مجال الاقتصاد الإسلامي، وهي:

التنظير، وذلك من خلال البحث عن القيم الاقتصادية، سواء كانت تخص الإنسان أو المواد أو التماملات الاقتصادية، في المصادر الإسلامية الأساسية من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، وهو ما لمسناء خلال فترة السبعينات بالكتابات عن العمل والادخار والاستثمار، والتركيز على بعض المرتكزات الخاصة بالاقتصاد الإسلامي ومنها:

ا) كون الإنسان خليفة الله في أرضه، يقول الحق تبارك وتعالى ﴿ وَإِذْ قَالَ رَبُكَ لَا لَمُكَا اللّهِ الللّهِ اللّهِ الللّهِ اللّهِ الللّهِ اللّهِ الللّهِ اللّهِ الللّهِ الللللّهِ الللّهِ الللّهِ اللللللّهِ الللللللللّهِ اللللّهِ الللّهِ الللّهِ اللللللللللللّهِ الللللّهِ ال

 ⁽١) محمد شوقي الفنجري: ذاتية السياسة الاقتصادية الأسلامية وأهمية الاقتصاد الإسلامي، الطبعة الثانية، القاهرة، إصدارات المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، ٢٠٠٧م، ص ١١٦ و١١٧



- ٢) إن عمارة الأرض هي تتكليف من الله عز وجل لبني البشر، يقول الحق تبارك وتعالى: (وَإِلَى شُودَا خَاهُمُ صَالِحًا قَالَ القَمْ اللهُ عَبْرُ وَاللّهُ مَا لَكُمْ مِنْ المُعَيْرُ هُواَلْشَاكُمْ مِنْ المُعَيْرُ هُواَلْشَاكُمْ مِنْ المُعَيْرُ هُواَلْشَاكُمْ مِنْ المُعَيْرُ وَهُواَلْلُهَا لَأَنْ مِنْ وَاسْتَعْرُكُمْ فِيهَا فَاسْتَعْرُونُهُ وَقُوالْلِها لَذَى يَعْرَبُ مُعِيبٌ ﴿ سُورَةُ هُود ، الآية ١١).
- ٣) إن هناك محرمات مالية واقتصادية يجب اجتنابها وعلى رأسها الريا يقول الحق تبارك وتعالى: (وَأَحَلُ اللهُ البُيْعُ وَحَرَّمُ الرَّا) (سورة البقر، الآية ٢٧٥).
- غ) هناك عماد مالي للمجتمع المسلم يتمثل في ركيزته الأساسية وهي الزكاة يقول الحق تبارك وتعالى: ﴿ حُذْ مَنْ أَمْوَاهُمْ صَدَقَةُ عُلُومُمُ وَدُرْكُيْهُمْ هِمَا وَصَلْ عَلَيْهُمْ إِنَّ صَالًا عَلَى سَكُنَّ أَهُمُ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلَيمٌ ﴾ (سورة التوبة، الآية ١٠٣)، فضلاً عن التكافل الاجتماعية، وحق الفرد في حد الكفاية لكي يؤدي واجبه الذي كله الله عز وحل به.
- ♦ التأصيل: والقصود به في هذا الموضوع اتخاذ بعض الباحثين في الاقتصاد الإسلامي لبعض القضايا الاقتصادية والاجتماعية، ومحاولة إعادة قراءتها من منظور إسلامي، وبيان أن الإسلام يمتلك نظاماً إسلامياً تتوافر فيه مقومات اقتصادية مستمدة من أصوله العقيدية والتشريعية، ولكن على الرغم من الجهود الطيبة المبنولة في هذا الإطار إلا أن البعض سلك مسلكاً ضعيفاً في طريق التأصيل، وكان أشبه بمن يبحث عن ثوب إسلامي لنظم اقتصادية أخرى ليرح نفسه ويبعد عن عناء البحث عن الإسهامات الحقيقية للإسلام في الاقتصاد، وقد عاب هذا المسلك المفكر الإسلامي "مالك بن نبي" رحمه الله حيث عرضت عليه تجرية أحد الطلاب الذي تقدم بأطروحته لنيل دكتوراه في أحد الجامعات الأمريكية بعنوان "الاستثمار بلا ريا"، وبعد الاطلاع عليها وجد أحد الجامعات الأمريكية بعنوان "الاستثمار بلا ريا"، وبعد الاطلاع عليها وجد





أن جهد الباحث هو مجرد محاولة توفيقية بين الإسلام والرأسمالية، فعاب هذا الجهد وقال(1):

"نـرى الاقتـصاديين الإسـلاميين وكـأنهم بعـد أن اختـاروا ضـمناً المبـدأ الليبرالي، يريدون وضع المسحة الإسلامية عليه، انبري الجهود الحميدة تتصرف بصورة عامة، إلى دراسة النظم المالية في الاقتصاد، كأنما هي الأمر الأساسي في الاقتصاد".

♦ الدراسات المقارنة مع النظم الاقتصادية الأخرى: وقد سعت هذه الدراسات لإثبات ما يتمتع به الاقتصاد الإسلامي من مزايا عن باقي النظم الأخرى، واعتباره منهجاً وسطاً لا إفراط ولا تفريط فيه، فيما يتعلق بالنشاط الاقتصادي، وحاجة كل من الفرد والمجتمع من حيث إشباع الرغبات وتلبية الحاجات، وتوظيف الموارد وتتميتها.

ولكن بقى أن نشير إلى مجال لا يزال يمثل حاجة حقيقة لجهود الباحثين في مجال الاقتصاد الإسلامي وهو تقديم مبتكرات اقتصادية تكون معبرة عن واقع حضاري إسلامي، إذ أن معظم آليات العمل الاقتصادي برمته مستمدة ومنقولة من منجزات الحضارة الفربية، ولا يمني هذا الدعوة إلى وجود قطيعة حضارية مم الآخرين، ولكن هي دعوة للاستفادة من هذه الجهود وتحقيق إضافة حقيقة إليها، من خلال مشروعنا الحضاري الذي سبق وقام بهذا الدور طوال فترة ازدهار الحضارة الإسلامية، ويذلك نكون قد تواصلنا بالفعل مع الحضارات الأخرى من خلال ما أضفناه من مرتكزات حضارية للعصر الذي نعيش فيه، وأن تسهم جهود البحث في الاقتصاد الاسلامي في إعادة البناء الاقتصادي على مستوى الفرد والمؤسسة والدولة لتعبر عن حاجات حقيقية وتوظيف حقيقي الواردنا، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال أمرين:

⁽١) مالك بن نبي: "للسلم في عالم الاقتصاد"، الطبعة الثالثة، دمشق، دار الفكر، ٢٠٠٢م، من ١٠





- إعادة تشكيل المكون الثقلة في عقلية المسلم تجاه القضايا الاقتصادية، من
 خلال التصورات والمنطلقات الإسلامية، التي أنت من خلال المنهج الإسلامي.
- معايشة حقيقية لشكلات الناس وهمومهم، وتقديم حلول لها، ولا يكون
 ذلك من خلال محاولات ترقيع باستخدام أدوات لا تتفق والمنهج الإسلامي أو
 الدخول في باب الحيل لتحليل الحرام أو تحريم الحلال، ولكن مطلوب
 الارتفاع بواقعنا المعاش إلى عظمة النص لنلبي احتياجات العصر.

ويمكن القول أن تجربة الاقتصاد الإسلامية والجهود البحثية بشأنه قد تجاوزت بكثير مرحلة الاعتراف، وصارت حقيقة واقعية، ولكنها تحتاج إلى خطاب إعلامي متجدد، يأخذ في الاعتبار كل المتغيرات والمستجدات، وأن الاقتصاد الإسلامي وتطوير البحوث فيه سوف يكون له مردود إيجابي على المجتمعات الإسلامية وغير الإسلامية، ولقد تحقق هذا بالفعل في العديد من الخدمات التي قدمتها البنوك الإسلامية من صبغ للاستثمار تتفق مع أحكام الشريعة الإسلامية، حيث استفادت بعض البلدان الفريية من تمويل العجز لديها عن طريق استخدام الصكوك الإسلامية، مع الأخذ في الاعتبار أن يتسم هذا الخطاب المتجدد بالتسلح بالأساليب العلمية والمرجمية الإسلامية التي يوفرها مجتمع البحث في الاقتصاد الإسلامي، وأن يتسم بالموضوعية بعيداً عن الشعارات أو الهتافات، فالعمل البحثي قرين الموضوعية، وإذا ما افتقدها فإنه يفقد مصداقيته لدى متلقيه، وبذلك تهدر جهود الأخيرة.

واقع الاقتصاد الإسلامي في وسائل الإعلام:

التصور الصحيح والملائم لطبيعة الملاقة بين الإعلام ومؤسسات الاقتصاد الإسلامي يجب أن تأخذ بعدين متكاملين، الأول بيداً من مؤسسات الاقتصاد الإسلامي لتصب في الأوعية الإعلامية المختلفة، والثاني يمثل التفذية المكسية، ويتدفق من تلقاء نفسه حاملاً مردود الأفراد والمجتمع تجاه ما حمل به من قبل تلك





المؤسسات، لتتم معالجتها مرة أخرى، إما بتعظيم ما تحقق من إيجابيات لما هو مطروح من مؤسسات الاقتبصاد الإسلامي، أو تبلايج السلبيات التي تضمنتها المقترحات والحلول التي طرحت من قبل تلك المؤسسات، كما يمكن الوقوف على الأسباب التي أدت لأن تكون هناك نتائج سلبية، سواء كانت تلك السلبيات تخص الحلول والمقترحات المقدمة، أو أن هناك سوء فهم أو خطأ في التطبيق، ومن هنا فحدوث هذا التدفق بين الجانبين في إطار المسؤولية الاجتماعية وتنفيذه بشكل صعيح يؤدي إلى التطوير المستمرفي عمل مؤسسات الاقتصاد الإسلامي بشكل عام وما يتعلق بالعملية البحثية بشكل خاص.

ومن خلال متابعة وسائل الإعلام المختلفة ، نجد أن الاهتمام بالقضايا الاقتصادية أصبح يمثل عاملاً مشتركاً بين تلك الوسائل (القروءة ، المسموعة ، المرئية)، ونشير باختصار لبعض صور هذا الاهتمام:

- ١) حرصت معظم الصحف (اليومية أو الأسبوعية) على أن يكون لديها صفحات يومية متخصصة عن قضايا الاقتصاد، عادة ما تكون في حدود صفحتين أو على الأقل صفحة واحدة.
- ٢) بدأت الإصدارات الاقتصادية المتخصصة، وقد كانت البداية بإصدارات أسبوعية، سواء كانت مجلات أو جرائد، ثم تطورات إلى إصدارات يومية.
- ٣) حرصت معظم الإصدارات المقروءة على أن تكون بها ملاحق أسبوعية متخصصة في الاقتصاد، كما أن الإصدارات الاقتصادية الخالصة والتي بدأت في الصدور اليومي، اتجهت إلى أن يكون لديها ملاحق متخصصة أسبوعية في قطاعات معينة، مثل البنوك، أو البورصة، أو الاتصالات، أو العقارات.الخ.
- ٤) حرصت مواقع الانترنت خاصة الإخبارية منها على أن يكون لديها صفحات بمناوين مختلفة للاقتصاد والأعمال، ولم يخلو موقع على الانترنت، خاصة تلك التي تمثل الصحافة الالكترونية من وجود تحليلات وتقارير وتحقيقات اقتصادية.



- ه) كما تشهد مواقع الجهات والمؤسسات المتخصصة سواء كانت مراكز بحثية أو هيئات إقليمية ودولية، بمعدلات اطلاع ومشاهدة عالية، وأصبحت تمثل مصدراً سريعاً للعصول على المعلومات والأخبار.
- آ) أيضاً محطات التلفزيون الثابتة والفضائية، أصبحت لديها برامج ثابتة وحية عن القضايا الاقتصادية، وتعلورت الأحداث مؤخراً لتكون هناك العديد من الفضائيات الاقتصادية المتخصصة الـتي تتتاول العديد من القضايا الاقتصادية، وتحظى هذه المحطات بنسب مشاهدة عالية، خاصة من قبل أصحاب الأعمال، والمنين بالشأن الاقتصادي.
- ٧) كما تركز الإذاعات أيضاً على هذا الجانب، بشكل كبير حتى لا تفقد ميزاتها وسط هذا التيار الجارف والتحدي الكبير من قبل وسائل الإعلام المرثية لكن يلاحظ أن وسائل الإعلام المختلفة قد شهدت نوع من المتابمة الجيدة لحركة المصرفية والمؤسسات المالية الإسلامية خلال الفترة الماضية، ولكنها لا زالت تحمل التساؤلات القديمة الجديدة، عن وجود فارق بين مبادئ وأهداف هذه المؤسسات من كونها استثمارية تتموية، وبين واقعها الملموس من إغراقها في الأنشطة التجارية، وأيضاً بعض القضايا من نوع ما الفرق بين ما هو إسلامي وغير إسلامي.

ولي دراسة حديثة أجريت على واقع الاقتصاد الإسلامي ومؤسساته في الصحافة الإلكترونية، تناولت ما يقرب من ٢٢ موقعاً مهتماً بالاقتصاد الإسلامي، توصلت إلى مجموعة من نقاطه الضعف الآتية (1):

إن معظم المواقع تركز على التعريف بالمؤسسات الصادرة عنها، وهي في الفالب مؤسسات مصرفية ومالية، دون أن تشغل نفسها بالتعريف بالاقتصاد الإسلامي.

 ⁽١) عادل الأنصاري: "الاقتصاد الإسلامي والصحافة الإلكترونية. الواقع وآفاق الستقبل، ووقة عمل مقدمة للملتقى الثالث للإعلاميين والفكر الاقتصادي ومؤسساته، القاهرة ٣٠- ٣١ مايو ٢٠٠٥م،
 ص ٥- ١٢





- ضعف المستوى العام لمعظم المواقع التي تتعرض لموضوع الاقتصاد الإسلامي، من الناحية الفنية والتقنية.
- فراغ المواقع الاقتصادية الإسلامية من المحتوى التحريري، وفي حالة وجوده
 يقتصر فقط على نقل الأخبار عن المؤسسة المتشئة له، وعادة ما تكون تلك
 الأخبار مصاغة بطريقة ركيكة بميداً عن يد المحترفين.
- تتراجع الأدوار التفاعلية على هذه المواقع، وبالتالي لا تشكل مرجعية بالنسبة للزوار الراغبين في التعرف على مفاهيم الاقتصاد الإسلامي سواء من الناحية الشرعية أو الفنية أو التعموية.
- معظم مواد هذه المواقع ثابتة ولا يتم تحديثها إلا على فترات طويلة، مما يجمل
 المتعامل ممها لا يحرص على مداومة الاطلاع لعرفة الجديد لديها.

ما سبق من سلبيات أدى إلى تراجع ترتيب المواقع الاقتصادية الإسلامية في الترتيب العالمي مما يجعلها غير ذات جدوى في عالم أصبحت فيه شبكة الانترنت هي النافذة التي يطل منها صانعو الإعلام على العالم، فعلى سبيل المثال لا الحصر أتى موقع مجموعة البنك الإسلامي للتنمية في الترتيب ٢٥٣٤٥٩ على مستوى العالم.

وفي ختام الدراسة التي أجراها عبد الحافظ الصاوي⁽¹⁾ اقترح بعض الأدوات والإمكانيات التفاعلية التي من الممكن أن تحسن من خدمة هذه الموقع على شبكة الانترنت، ومنها تقديم الفتاوى الاقتصادية، تقديم الاستشارات الاقتصادية، تقديم الحوارات الحية.

وحـول صـناعة الـرأي المـام والتفاعـل معهـا بـشكل صـعيح، لتـنمكن مؤسسات الاقتصاد الإسلامي من تقديم ما لديها في شكل حلول ومقترحات للقضايا الاقتصادية، بـين الـنكتور عبد العزيز حجـازي الـعور المطلوب مـن قبـل كـل مـن الإعلاميين والمغيين بشأن الاقتصاد الإسلامي بقوله":

⁽١) إعلامي وخبير اقتصادي.

⁽٢) عبد الدزيز حجازي: الكلمة الافتتاحية لندوة الحوار بين الإعلاميين والفكر الاقتصادي الإسلامي ومؤسساته، دبي، ١٤- 10 يناير ١٩٩٥ م.



أن ما نحتاج إليه اليوم متابعة اتجاهات الرأي المام نحو قضايا التطبيق الصحيح للمنهج الإسلامي، وخاصة عندما تتعلق الأمور بمصالح الناس ويما يرتبط بالأموال والأرزاق والأخلاقيات. لاشك أننا في حاجة ماسة إلى بلورة إطار متكامل للمنهج الإسلامي للاقتصاد لا ينحصر تطبيقه في مجتمع إسلامي ولكن يكون قابلاً للتطبيق في مجتمعات لا يحكمها منهج إسلامي، ولكن يتحكم في مقدراتها مناهج تحتوي في برامجها وآلياتها على الكثير مما يبشر به الإسلام بحيث يكون عطاؤنا رائداً لكل من يحال أن يعالج قضايا العصر من منظور إسلامي.

الإعلام الافتصادي سلاح لا يقل شأناً عن السلاح الحقيقي:

إن العالم الذي نعيش فيه يتبع سياسة البقاء للأقوى والأقوى هذا ليس هو الأصح أو الأصوب دائماً، بل الأقوى في المسمود في الأصح أو الأصوب دائماً، بل الأقوى في المسمود في مواجهة التقلبات المالية والدعايات الإعلامية والإنساعات المفرضة والمضاربات التجارية.

الإعلام الاقتصادي وسيلة لنشر الاقتصاد الإسلامي:

ا- المجامع الفقهية ونشر الاجتهاد الجماعي: إن تفعيل دور المجامع الفقهية القائمة ونشر كل ما يصدر عنها من قرارات وتوصيات وبحوث هو عامل مهم في تقريب وجهات نظر العلماء واجتهاداتهم، ومع توافر وتقدم وسائل الانتقال والاتصال، ووسائل الكشف والبرمجة، ووسائل الطباعة والإرسال، أصبح من المفيد جداً التركيز على الاجتهاد الجماعي لعلماء المسلمين، وهذا الاجتهاد الجماعي لعلماء المسلمين، وهذا الاجتهاد الجماعي يتمثل أوضح ما يتمثل في المجامع الفقهية والمؤتمرات الدورية أو الخاصة أو في دور الإفتاء والبحث العلمي، وهي جهات سهلت لها الحضارة المعاصرة أسباب الانعقاد والاجتماع في أسرع وقت مع كل التسهيلات والخدمات اللازمة، فأصبحت هذه المجامع والمؤتمرات سمة الاجتهاد المعاصر وميزة من ميزاته وباباً مهماً للوصول إلى الرأي الأصوب.





٧- الترويج للمصارف الإسلامية: يُستفاد من الإعلام المركّز والهادف إلى شرح مبادئ عمل البنوك الإسلامية وتوضيح ارتباطها بالعقيدة الإسلامية في عالم جمل العقائد الفاسدة أساس الحياة المادية وسخّر من أجل ذلك الأبواق الإعلامية المرثية والمسموعة والمقروءة بشكل رهيب، لذلك يترتب على البنوك الإسلامية ألا تدخر وسعاً، بل يجب عليها وجوباً مؤكداً أن تتعامل بجدية واهتمام أكبر مع وسيلة ترويج الفكرة ودعمها وإبراز محاسنها وإثارة تعاطف الجمهور معها مهما كانت تلك الفكرة منفيرة أو صحيحة أو ثانوية، فكيف إذا كان الأمر يتعلق بأصل مبدأ الاقتصاد الإسلامي ومؤسساته ورموزه.

إن الإعلام سلاح واستخدامه بمهارة يحتاج إلى كفاءات إعلامية متمرسة وإمكانات مادية مفتوحة مع ديمومة واستمرار وصبر، ومن أهم أسباب الضفوط على البنوك الإسلامية:

أولاً: الترويج والدعاية للبنوك الربوية كان من آثر الصحوة الإسلامية أن نشط المسلمون الحريصون على دينهم وعلى تنقية أموال المسلمين من وباء الربا أن قدمت البعوث المستفيضة في هذا المجال حتى صدرت فتاوى المجامع الفقهية ومنها فتوى المؤتمر الثاني لمجمع البحوث الإسلامية الذي عقد بالقاهرة ١٣٨٥هـ - ١٩٦٥م التي تؤكد أن الفائدة على أنواع القروض كلها ربا محرم، لا فرق في ذلك بين القرض الاستهلاكي والقرض الإنتاجي، كما أن الفائدة على الأموال المودعة في هذه البنوك حرام لأنها لا تقوم على أساس المضاربة الإسلامية المشروعة.

ولتلاح ذلك والعودة إلى استثمار أموال المسلمين على أساس اقتصاد إسلامي صحيح، كان من الناحية العملية إنشاء مؤسسات إسلامية كبيت التمويل الكويتي وبنك فيصل الإسلامي وغيرها في البلاد الإسلامية، وأقبل المسلمون على إيداع أموالهم في هذه البنوك الإسلامية، مما كان له الأثر على البنوك الربوية التي قل الإيداع فيها، لهذا قامت الحملات الضارية ضد المصارف الإسلامية وتزعمت الصحف هذه الحملات وأخذوا يتصيدون بعض الأخطاء التي وقعت فيها البنوك



الإسلامية ويضيفون إليها من عندهم حتى يشوهوا صورة هذا العمل الإسلامي أمام عامة الناس حتى يصدوهم عن الإيداع فيها، وقد ساعدهم على ذلك (للأسف الشديد) بعض علماء السلمين ممن بعشرهم عامة الناس قادة ليم.

ثانياً: الكره لكل عمل إسلامي: كان من أثر الغزو الثقلية الغربي (الذي يعمل على هدم الإسلام وتقويض أركانه) تأثر بعض المسلمين بهذه الثقافة، وكان بلاء المسلمين من داخل أنفسهم بتبني بعضهم أفكار الغرب العلمانية التي تريد إبعاد الدين عن الحياة.

لهذا لمَّا قامت المؤسسات الاقتصادية الإسلامية ضافوا بها كما يضيقون بكل ما هو إسلامي، فأخذوا يكيدون لهذه المؤسسات ويلصقون بها كل نقيصة، وشاركوا في الحملة ضد هذه المؤسسات الإسلامية ونقدوا بهيئات الفتوى التي تؤيد مثّاً، هذه الأعمال.

ويعتبر من الضغوط الموجهة إلى البنوك الإسلامية ما يمكن أن ترجع أسبابه إلى عدم تفهم بعض المسلمين لطبيعة أعمال البنوك الإسلامية وعدم إدراكهم لحساسية وضعها وحداثة نشأتها وكثرة المتريصين بها مما يدفعها إلى التشدد أحياناً أو الاحتياط أحياناً أخرى، أو إلى بطئ إجراءات التعامل وعدم إجادتها أحياناً، فهي تعيش الفقه العملي لا الفقه النظري، وتحتاج إلى خبرات وكفاءات عالية لتقديم أحسن الخدمات، وما توفير ذلك بالأمر السهل، فهي مطالبة من المتعاملين معها وجلهم مضاربون شركاء بتحقيق أفضل العوائد في مواجهة أعرق بيوت المال العالمية والمحلية.

والمطلوب من هذه المؤسسات الابتعاد عن الشبهات من خلال:

- محاولة هذه المؤسسات تلافي ما يسيء إلى سمعتها وذلك بتصحيح معاملاتها
 وتتقيتها من كل ما يشوبها ، مستفيدة في ذلك من كل نقد صحيح بوجه
 إليها.
 - ٢- تطوير العلم في هذه المؤمسات حتى تساير كل جديد في هذا المجال.
- حمل الدعاية اللازمة في وسائل الإعلام موضحة فيها مميزات التعامل مع
 هذه للؤسسات والفرق بينها ويبن البنوك الربوية.





- لذلك لابد من الترويج لنجاح تجرية البنوك على المستويين المحلي والدولي وانتقالها من مرحلة التجريب والاختيار إلى مرحلة التطوير والاتساع في عالم مالى معقد العلاقات سريم التغيير واسم الإمكانات.
- 3- الترويج لمراكز البحوث المصرفية الإسلامية: لأن العمل المصرية والمالي الإسلامي بحاجة ماسة إلى تعريف محيطه وبيئته بطبيعة العمل المصرية الإسلامي والاستمرار فيه من أجل ترسيخ أفضل الممارسات والمعابير الدولية والتقيد بها من خلال هيئة المحاسبة والتدقيق للمؤسسات المالية الإسلامية.
- ٥- تنظيم ملتقيات الاقتصاد الإسلامي للإعلاميين: وذلك بهدف تمكين الإعلاميين من التغطية الفاعلة لأنشطة وفعاليات المؤسسات المالية الإسلامية بتعريف العاملين في حقل الإعلام بالاقتصاد الإسلامي ومكوناته ووسائله وأدواته، وبيان مدى إفادة شرائح المجتمع كافة من طروحات الاقتصاد الإسلامي، ومشاركة الإعلاميين في خدمة شرائح المجتمع من خلال طرح مواضيع في هذا المجال.
- آ- طرح الشهادات المهنية في صناعة الخدمات المالية الإسلامية: وذلك لتدريب وتخريج الكوادر البشرية المختصة في هذه الصناعة بمشاركة وتنفيذ كفاءات خبيرة وعاملة في مجال صناعة الخدمات المالية الإسلامية، علماً أن هذه الفكرة تُعتمد من قبل جامعات عالمية أمريكية وبريطانية، وهذه الخطوة تساعد في صياغة إستراتيجية الاستثمار البشري في تقديم حلول متكاملة لزيائن هذه الصناعة التي تشهد تطوراً ملحوظاً على جميع المستويات، فالتدريب والتطوير هما الحل الأنجع في تطور هذه الصناعة بل إن الاستثمار في تطوير المناصر البشرية يؤدي حتماً إلى تحقيق التميز في الأداء والتطوير من خلال ابتكار خدمات ومنتجات ذات جودة عالية تتطلبها طبيعة السوق الذي يتناض مع الصناعة التقليدية، خاصة في ظل تحول مجموعة من المؤسسات المالية من النظام المالي التقليدي إلى النظام المالي الإسلامي، مما يشكل تحدياً أكبر في أهمية الاستثمار وتطوير العنصر البشري، خاصة يشكل تحدياً أكبر في أهمية الاستثمار وتطوير العنصر البشري، خاصة يشكل تحدياً أكبر في أهمية الاستثمار وتطوير العنصر البشري، خاصة يشكل تحدياً أكبر في أهمية الاستثمار وتطوير العنصر البشري، خاصة بي شكل تحدياً أكبر في أهمية الاستثمار وتطوير العنصر البشري، خاصة بي خاصة بيشكل تحدياً أكبر في أهمية الاستثمار وتطوير العنصر البشري، خاصة بي خاصة



وأن عملية التحول تتطلب تطوير الماملين في جميع محاور العمل من الإدارة العليا إلى التنفيذية بما في ذلك تدريب المراقبين الشرعيين.

متطلبات وجود علاقة إيجابية بين الإعلام ومؤسسات البحث في الاقتصاد الإسلامي:

تمثيل الملاقبة الإيجابيية بسن الإعبلام ومؤسسات البحيث في الاقتيصاد الإسلامي، الوضع الطبيعي، ووجود حالة من التكامل في الدور المجتمعي الـذي يؤديه كلا الطرفين، فما يقوم به الإعلام يعجز عن تقديمه المجتمع البحثي، وما يؤديه المجتمع البحثي يعجز عن أداءه الإعلام، ولكن هذا التكامل يأتي في إطار نظرية إسلامية واضحة، وهي نظرية المدافعة، يقول الحق تبارك وتعالى: ﴿ وَلَوَّاا دَفُمُ اللَّهُ النَّاسَ بَعْضَهُمْ بِيَعْضَ لَفَسَدَتِ الْأَرْضُ ﴾ (سورة البقرة، الآية ٢٥١).

والمعروف أن الإعبلام من حيث الوظيفة والندور الحقيقيين، هنو المرآة العاكسة لصورة المجتمع في تفاعلاتها واختلافاتها وما يحويه المجتمع من رؤى متفقة أو متباينة، وحتى يتحقق هذا الدور للإعلام في دعم وتطوير البحث في الاقتصاد الإسلامي وتكون العلاقة بينهما إيجابية ينبغي أن تتوافر المتطلبات الآتية(١):

- أن يمي الجانبان أن الإعبلام الحقيقي للاقتصاد الإسلامي، هو مقدار ما يقدمه البحث في الاقتصاد الإسلامي من أبحاث غير تقليدية ومن خدمات مبتكرة، وإنجازات علمية متميزة، بحيث يكون ذلك تعبيراً حقيقياً عن رسالة الاقتصاد الإسلامي.
- أن تمس الأبحاث في الاقتصاد الإسلامي بشكل حقيقي احتياجات المجتمع، وتعبر عن أوجه النشاط الإنساني الذي يهم الرأى المام، وتكون نتائج هذه الأبحاث قادرة على الوصول إلى تطبيق المنهج الإسلامي بشكل صحيح.

⁽١) إبراهيم أحمد: 'دور الإعلام في إبراز الجانب الاقتصادي من معالم الحضارة الإسلامية'، ورقة عمل مقدمة لندوة الحوار بين الإعلاميين والفكر الاقتصادي الإسلامي، دبي ١٤- ١٥ يناير ١٩٩٥ م.



- أن يخرج البحث في الاقتصاد الإسلامي من العموميات إلى الواقع المعاش من خلال تناول قضايا الواقع، وإجراء بحوث تطبيقية وتنزيل الحلول الإسلامية بشكل جزئي، فعلى سبيل المثال كيف يمكن تطبيق الزكاة أو الوقف على مجتمع بعينه في ضوء إحصاءات دقيقة، ووجود وسائل عصرية مؤسسية حتى يمكن تطبيقها؟.
- لابد أن تتوافر لدى المؤسسات المعنية بالبحث في الاقتصاد الإسلامي، إدارات متخصصة في الإعلام والعلاقات العامة، تتولى تجسير وتقوية العلاقة بين الإعلام والقائمين على شؤون العملية البحثية، وتعمل هذه الإدارات على نقل المنتجات البحثية بطريقة تتاسب مع احتياجات وسائل الإعلام، على أن يكون أفراد هذه الإدارات من المتخصصين في فنون التواصل وصياغة المواد الإعلامية، وعلى أن يكونوا بدراية بأن وسائل الإعلام ليست واحدة، فما يناسب الوسائل المطبوعة والمرئية، كما يجب يناسب الوسائل المطبوعة والمرئية، كما يجب أن يأخذ في الحسبان عنصر الزمن وحداثة ومواكبة المنتجات البحثية لطبيعة العمل الإعلامي، فمثلاً لا ينتظر أن يخرج العمل البحثي في مطبوعة نهائية، ثم يتم توصيله للإعلام، فبالإمكان أن تعطي النسخة النهائية من المنتج للمحثي، بعد اعتماد الباحث أو الفريق البحثي، إلى وسائل الإعلام، على أن يتاح للعامة بعد الطبع وخلافه.
- أهمية أن يكون لدى المؤسسات البحثية إصدارات دورية وغير دورية تعبر عن منتجات العملية البحثية في مجال الاقتصاد الإسلامي، بحيث تكون هذه الإصدارات عوناً على أداء وظيفتها وواجبها المنوط بها وفق ما ذكرناه من العمل وفق نظرية "المسؤولية الاجتماعية للإعلام".
- تنظيم دورات تثقيفية تعليمية لرجال الإعلام من قبل المؤسسات البحثية في
 الاقتصاد الإسلامي، والجدير بالذكر أن هناك جهوداً في هذا المجال من
 خلال ندوات وملتقيات بين الإعلاميين والمؤسسات المالية الإسلامية، ولكن





يغلب عليها الجانب الترويجي للمؤسسات المالية، وعادة لا يوجد بها حضور ملموس للمؤسسات البحثية العاملة في مجال الاقتصاد الإسلامية، والأمر الآخر أنها عبارة عن مجموعة محاضرات، أي أسلوب "التلقي" وهذا إلى حد بعيد لا يصنع الإعلاميين بالمستوى العلمي المطلوب، وفي هذا الخصوص يمكننا الإشارة إلى تجربة يجربها المركز المصري للدراسات الاقتصادية بمصر، بالتعاون مع البنك الدولي، على مدار ما يقرب من ١٠ سنوات، من تتظيم دورة سنوية لمدة ٢ أيام، يتوع برنامجها بين المحاضرة وورشة العمل والحلقات النقاشية المفتوحة، وهذا أنسب من وجهة نظر الباحث عبد الحافظ الصاوي للجهد المطلوب تقديمه من قبل مؤسسات البحث في الاقتصاد الولية جهود على صعيد المؤسسات الدولية جهود مشابه من قبل الاتحاد الأوروبي، وصندوق النقد وغيرهما.

ويجب ألا يقتصر حضور هذه الدورات على الإعلاميين المرب، أو المؤيدين للمنهج الإسلامي بل يمكن مشاركة مختلفين معنا في الـرأي لتوصيل فكرتنا بشكل أفضل.

- معالجة المواقع الالكترونية الخاصة بمؤسسات البحث في الاقتصاد الإسلامي بحيث تكون معبرة بشكل جيد عن احتياجات الجمهور بشكل عام، والإعلاميين بشكل خاص، والأخذ في الاعتبار أن جهود هذه المواقع لا يقتصر التعامل معها على الباحثين فقط، بل هناك الأفراد العاديين والإعلاميين وغيرهم، ولكل منهم خطاب يناسبه، وهنا نقترح وجود فاعليات الحوارات الحية وتقديم الاستشارات وكذلك الفتاوي الاقتصادية والمالية.

الخلاصة:

التطوير هو سمة من السمات الأساسية لوجود البحث العلمي، وبدونه لا يكون هناك بحث علمي، وخاصة في المجال الاقتصادي، حيث أن حاجات الإنسان وتطلعاته بطبيعتها متفيرة، وفي ظل ما أشرنا إليه خلال هذا الفصل من التحديات



التي فرضها واقع الاقتصاد العالمي الجديد الذي أوجدته العولمة، وأيضاً الظروف والملابسات التي مربها علم الاقتصاد الإسلامي من حيث النشأة والتطور، نجد أنه من الضرورة بمكان أن تتسم عملية البحث في الاقتصاد الإسلامي بالتطوير، من أجل تلبية احتياجات الأمة المتزايدة.

ولاشك أن عملية التطوير يساهم فيها العديد من العوامل، ومن بينها هذا الدور الذي تتاولناه في هذا الفصل وهو الجانب الإعلامي، وستظل هذه العلاقة بين الإعلام ومؤسسات البحث في الاقتصاد الإسلامي محل أخذ ورد إلى أن يتحقق الدور الإيجابي لذلك الإعلام المنوط به تحقيق دور المساهمة في تطوير البحوث في الاقتصاد الاسلامي.

وما لم يدرك جله لا يدرك كله، حيث أن منظومة الإعلام يسيرها على الصعيد العالمي، مؤسسات قد تكون مملوكة لبعض الجهات المناهضة للمشروع الإسلامي، أو أنها محكومة بمعايير الريح والتعامل التجاري، ومن هنا لا تهتم بمضمون الرسالة الإعلامية، فالعبارة لدى تلك المؤسسات هي الحصول على المال، فهي تعمل لحساب من يدفع، ولذلك وجد هذا الكم الهائل من وسائل الإعلام الذي يخاطب الغرائز، ويحمل رسالة هدم أكثر منها رسالة للبناء والتقدم والرقي.

ولكن على الرغم من هذا الركام الهائل فلدينا بعض تلك الوسائل الإعلامية التي بمقدورها أن تتواصل مع مؤسسات البحث في الاقتصاد الإسلامي، ولمل أوسمها انتشاراً وقدرة على التأثير داخل محيطنا الإسلامي، منابر المساجد، أو أجهزة الإعلام التي يعمل فيها إعلاميون يؤمنون برسالة الاقتصاد الإسلامي، وهم كثر، ويمكنهم توصيل الرسالة والمساهمة في عملية التقذية العكسية لمؤسسات البحث في الاقتصاد الإسلامي بشكل دقيق.

ولكن يبقى الدور الذي كان سمته التقصير في تحقيق التواصل الأفضل، في دائرة كلا الطرفين، الإعلاميون بعدم سعيهم للتعلم واكتساب ثقافة اقتصادية إسلامية عميقة تساعدهم على المساهمة في آداء دورهم أو المساهمة في تطوير العملية البحثية، كما أن مؤسسات البحث في الاقتصاد الإسلامية أيضاً لم تؤدي دورها



على الشكل الذي يلبى احتياجات الإعلاميين بما يتناسب مع طبيعة العمل بوسائل الإعلام.

ويحسب الباحث عبد الحافظ الصاوي أن متطلبات وجود علاقة إيجابية بين الإعلام ومؤسسات البحث في الاقتصاد الإسلامي، من الأهمية بمكان لتجعل للإعلام دور وثمرة ملموسة في تطوير البحث في علم الاقتصاد الإسلامي(١).

(١) عبد الحافظ الصاوى: دور الإعلام في تطوير البحث في الاقتصاد الإسلامي

\$

विद्यार शिकतं कें विद्यार शिक्तां विद्या





تعريف اقتصاد العرفة:

إن المعلومات مورد أساس في آي نشاط بشري، والمعلومات عنصر مهم في علاقة الإنسان بمجتمعه وعلاقة المجتمعات ببعضها البعض من النواحي السياسية والاقتصادية والثقافية.

علماً أن هناك ثلاث خصائص رئيسة أساسية تتحكم في مجتمع المعلومات:

- ١- الخاصية الأولى: استخدام المعلومات كمورد اقتصادي حيث تعمل المؤسسات والشركات على استغلال المعلومات والانتفاع بها في زيادة كفاءتها وهناك اتجاه متزايد نحو شركات المعلومات لتعمل على تحسين الاقتصاد الكلي للدولة.
- ٧- الخاصية الثانية: هي الاستخدام المتناهي للمعلومات بين الجمهور العام، يستخدم الناس المعلومات، بشكل مكتَّ ف في أن شطتهم كمستهلكين وهم يستخدمون المعلومات أيضاً كمواطنين لمارسة حقوقهم ومسؤولياتهم، فضلاً عن إنشاء نظم المعلومات التي توسع من إتاحة التعليم والثقافة الأفراد المجتمع كافة.
 - وبهذا فإن الملومات عنصر لا غنى عنه في الحياة اليومية لأي فرد.
- ٣- الخاصية الثالثة: هي ظهور قطاع الملومات، كقطاع مهم من قطاعات الاقتصاد إذ كان الاقتصاديون يقسمون النشاط الاقتصادي تقليدياً إلى ثلاثة قطاعات هي:
- الزراعة: وهو ما كان يُعرف بالمجتمع الزراعي المعتمد على الموارد
 الأولية.
- الصناعة: وهو ما كان يُعرف بالمجتمع الصناعي المتمد على الطاقة
 المولدة مثل: الكهرباء، الغاز والطاقة النووية ثم الخدمات.

علماء الاقتصاد والمعلومات يُضيفون إليها منذ الستينيات من القرن الماضي قطاعاً رابعاً وهرو قطاع العلومات، حيث أصبح إنتاج المعلومات،



وتجهيزها وتوزيعها (معالجتها) نشاطاً اقتصادياً رئيسياً في العديد من الدول().

وفيما يرى (محمد دياب، ٢٠٠٣) أنه اقتصاد جديد يقوم على أساس إنتاج المعرفة واستخدام ثمارها وإنجازاتها واستهلاكها بالمعنى الاقتصادي للاستهلاك يعتبره (التقريب الاستراتيجي العربي، ٢٠٠١) اقتصاداً حديثاً فرض طائفة جديدة من ألوان النشاطات المرتبطة بالمعرفة والتكنولوجيات والمعلومات خلافاً للأدبيات الكلاسيكية للتنمية ومن أهم ملامحه التجارة الإلكترونية التي تشير إلى التعاملات التجارية التي تتم عن طريق الإنترنت، بينما ترى مجموعة أخرى من الباحثين أنه اقتصاد يعمل على زيادة نمو معدل الإنتاجية بشكل مرتفع على المدى الطويل بفضل إنتاج وملاءمة وانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تطوير الإعلام الاقتصادي الإلكتروني:

٣٠ مليون مستخدم للإنترنت عربياً نهاية ٢٠١٠

دعا خبراء إلى تطوير الإعلام الاقتصادي الإلكتروني في دول الخليج عامة والبحرين بصفة خاصة من خلال إنشاء مركز بحثي إعلامي الكتروني متخصص تحت مظلة جمعية الصحفيين للبحث في تتويع وسائل ومصادر تمويل المؤسسات الإعلامية، وطالبوا بضرورة استقطاب خريجي كيات الاقتصاد من المتميزين بالمملكة، وتأهيلهم للعمل في مجال الإعلام الاقتصادي، بالإضافة إلى تماون الجهات الحكومية، وبالذات التي تمتلك الإحصاءات والمعلومات الاقتصادية، مع وسائل الإعلام المختلفة، من خلال تزويدها بتلك الإحصاءات، بجانب عقد لقاءات دورية بين الإعلام والجهات المنية بالاقتصاد في الملكة، بهدف إيجاد مساحة من الفهم المشترك لطبيعة عمل الصحافة الاقتصادية في خدمة المجتمع وتقدمه.

⁽١) حسانة محيى الدين: "اقتصاد المرفة في مجتمع الملومات"، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية.





الإعلام الإلكاروني بالخليج:

هناك تحديات تواجه دول مجلس التعاون من زاوية الفجوة الرقمية، باعتبارها أبرز المعوقات التي يمكن أن تتسبب في صعوبة تحقيق التكامل الاقتىصادي الخليجي، وأشار داحسان بوحليقة (أستاذ تقنية المعلومات بجامعة الملك فهد) إلى الدول التي حققت نجاحاً كبيراً في هذا المجال مثل أيسلندا التي تحتل قمة قائمة استخدام الإنترنت في العالم، حيث يستخدم ٦٠٪ من سكانها الإنترنت، ثم النرويج في المركز الثاني بنصيب ٤٩٪، والسويد في المركز الثالث٢٤٪، وحسب ما ذكره بوحليقة، فإن الدول الصناعية الكبرى، خاصة الولايات المتحدة وكندا، تمتلك ٧٥٪ من إجمالي مستخدمي الإنترنت في العالم في الوقت الذي لا تتجاوز هذه النسبة ١٪ في منطقة البشرق الأوسط وإفريقيا، وتستخدم ١٥٪ من الماثلات العربية الإنترنت مقابل ٥٠٪ للمائلات في غرب أوروبا ، كما يقدر عدد مستخدمي الإنترنت في المالم العربي حالياً ٣٠٥٤ مليون مستخدم بزيادة ١٠٥ مليون شخص عن العام الماضي، ومن المتوقع أن يصل الرقم إلى ٣٠ مليوناً مع نهاية ٢٠١٠ وسيتركز ٤٩٪ من المستخدمين في منطقة الخليج التي تقدر نسبة استخدام الإنترنت فيها حالياً بـ ٨٪ ويبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في دول الخليج ١٠ ملايين مستخدم عام ٢٠٠٨، ويقول خبراء إن دول الخليج مطالبة بالوصول إلى فهم أعمق لموضوع الفجوة الرقمية ووضع خطط العمل الوطنية وتتفيذها، إضبافة إلى إطلاق المبادرات الحكومية التي تـصل إلى تعميـق مفهوم الاقتصاد الرقمي.

مبادرة للاقتصاد الرقمي إقليمياً:

كما يمكن على المستوى الإقليمي إطلاق مبادرة مشتركة تماثل مبادرة مجموعة "الأسيان" في تشجيع التحول إلى الاقتصاد الرقمي وإطلاق



المشاريع الإلكترونية، وضرورة دعم وتفعيل دور اللجنة الخليجية المشتركة للعمل الإلكترونية، ووضع مجموعة من الأهداف الواضحة وتحديد جدول زمني لتنفيذها، وقالوا "مثلاً في منطقة جنوب شرق آسيا، تمكنت الهند من خلق ١٠٠٠ ألف فرصة عمل في مجال الاقتصاد الرقمي خلال الأعوام الثلاثة المنصية، ونجحت في اجتذاب ٥ مليارات دولار من رؤوس الأموال المخاطرة، وزادت الصادرات الهندية من البرمجة والاتصالات زيادة كبيرة لتصل إلى ٦ مليارات دولار، وهو رقم يوازي ١٠ أضعاف صادراتها منذ ٥ سنوات، ومن المتوقع أن تواصل الهند نموها الإلكتروني خلال السنوات الخمس المقبلة لتوفر نصف مليون فرصة عمل إضافية، لتبلغ صادراتها ٧ مليارات دولار، مركزاً أكاديمياً للتعليم التقني بتمويل من عائدات المشروعات التي تمت مرخصخصتها، في حين أن جارتها باكستان فشلت في جنب رؤوس الأموال الاستثمارية، على الرغم من ارتفاع مستويات التعليم في باكستان مقارنة بالهند، ومع انخفاض القوى العاملة بها في قطاعات الاقتصاد الرقمي إلى ١٠٠ أله وظيفة، ولا تتجاوز صادرات باكستان ٠١٠ مليون دولار سنوياً.

وبحسب الخبراء، لا تـزال منطقة الخليج تحـت المستوى المتوسط مقارنة بالمايير الدولية في مجال التنظيم القانوني الخاص بالاقتصاد الرقمي، في الوقت الذي ترتفع قدرات المنطقة إلى ما فوق المتوسط، في مجال البنية التحتية والقدرات التكنولوجية.

ومن المتوقع أن يتيح الاقتصاد الرقمي ١٠٠ ألف فرصة عمل في دول الخليج خلال السنوات الخمس المقبلة مقابل ١٠ آلاف شخص مؤهل حالياً في المنطقة، وأن تصل عائداتها من وراء الاقتصاد الرقمي إلى ٢ مليارات دولار خلال الفترة نفسها، مما يشير إلى أهمية إعادة هيكلة العملية التعليمية بدول الخليج.





ويقوم الاقتصاد الرقمي على ٤ ركائز رئيسية تتضمن، البنية التحتية والتجهيزات التقنية، توفير البيئة القانونية المنظمة لتأمين المنافسة العادلة، قدرة القطاع المالي على توفير وتطوير الاستثمارات الذكية ورؤوس الأموال المخاطرة من أجل دعم ومسائدة الأفكار الذكية، وأخيراً رأس المال الحقيقي المتمثل في الموارد البشرية التي تُعنى بقطاع التعليم والتدريب والتي تعرف بـ "عمال المصرفة".

الإعلام الاقتصادي في البحرين:

تظل وسائل الإعلام المختلفة من أهم محفرات النمو الاقتصادي في المجتمعات على الرغم من كونها محفزاً غير مباشر، إذ تعطي زخماً إيجابياً له دور مهم بتفعيل الأدوات اللازمة للنمو الاقتصادي، وهذا عادة ما يتم عن طريق رفع الثقافة الاستثمارية لشريحة واسعة من الأفراد بالبرامج والأخبار والتحليلات والمقابلات، كما أنها تعد وسيلة فاعلة لطرح هموم رجال الأعمال ومتطلباتهم والمشكلات والمقبات التي يعانونها.

وكلما ازداد زخم النغطيات الإعلامية للأحداث الاقتصادية المختلفة أسهم في دفع عجلة النمو الاقتصادي، وهذا الدور المهم لوسائل الإعلام ربما يتضع جلياً خلال الأعوام القليلة الماضية عندما توسعت المطبوعات الصحافية في تنطية كل ما له علاقة بالشأن الاقتصادي وأولته اهتماماً خاصاً.

وأكد خبراء أن صياغة الخبر الاقتصادي بدأت بالتحسن عن ذي قبل، كما أن الطبوعات والبرامج المتخصصة بدأت في الظهور وإن كانت تواجهها بعض المشكلات والعقبات.

ومن الأدوات التي أسهمت وسائل الإعلام في تقعيلها ولها علاقة بتحفيز النمو الاقتصادي رعاية الندوات والمحاضرات والمؤتمرات واللقاءات والملتقيات الاقتصادية.



وشمهدت القنوات الفضائية نهضة حقيقية في مجال الإعلام الاقتصادي، إذ تعتبر هذه النقلة نقطة تحول في مسار الفضائيات المربية، كما أن التوجه اقترن ببعض التعولات الاقتصادية على الصعيد المربي، لكنه يحسب لصالح الإعلام الفضائي المربي.

وبحسب خبراء، هناك نقطة مفصلية ذات أهمية قصوى وذات تأثير على مسار حركة الاقتصاد بنفس تأثير الإعلام على مجريات الأحداث وتوجيه حركة الحياة، نتمثل في مسألة الاحترافية، والمصدافية، إذ إن التوجه الاقتصادي في الإعلام يحتاج إلى أقلام، وأفكار ورزى اقتصادية ذات خبرة احترافية، وتخصص اقتصادي، ودراية كاملة ببواطن الأمور الاقتصادية، وكذلك يحتاج إلى مصدافية وأمانة مهنية، بحيث تحمل التقارير والأخبار الملومات الدفيقة والمؤثقة التي لا تؤثّر لصالح جهة على حساب جهة أخرى.

التغلب على الفجوة الرقمية:

ويمكن التغلب على قضية الفجوة الرقمية من خلال اتخاذ عدة إجراءات منها توسيع دائرة استخدام الإنترنت على مستوى الأفراد والمؤسسات، زيادة جرعة الدعم الحكومي والاهتمام بمجالات التعليم والتدريب، علاوة على الدخول في علاقات تعاون إقليمية ديناميكية، اعتماداً على تقنية المعلومات مع ضرورة إشراك القطاع الخاص.

وتتمثل تكنولوجيا الاتصال الإعلامي الحديث في الاتصال عبر الأقصار الصناعية والتلفزيون العالمي والحاسبات الإلكترونية وشبكة الإنترنت، كذلك التطورات التي طرأت على الصحافة ووسائل الترفيه، ما ساهم في سرعة تأثير الأخبار على المجالات السياسية والاقتصادية والشؤون العامة.





يذكر أن عبارة "الإعلام الاقتصادي الإلكتروني" تتكون من قسمين رئيسيين، الإعلام الإلكتروني والإعلام الاقتصادي، ووفقاً لهذا التقسيم، فإن قضية "الإعلام الاقتصادي الإلكتروني" في دول الخليج تماني من ضعفين رئيسيين هو ضعف البنية الإعلامية الإلكترونية من جهة وضعف الإعلام الاقتصادي من جهة أخرى(''.

(١) "الوطن"، العدد (١٦٤٢) ١٠/١/١٠ ٢٠



الفولمة الإقنصادية







لم تحظ قضية باهتمام الشرق والغرب على المستوى الرسمي والشعبي مثل قضية المولمة باعتبارها أهم الظواهر التي تجتماح البشرية في القرن الحمادي والعشرين، وأنه رغم انقسام الأرقام وتتماقض المواقف حولها فقد استطاعت استقطاب الشرائح الفكرية والفئات الاجتماعية المتعددة الانتماءات والمشارب والتخصصات: من اقتصاديين وسياسيين وعلماء اجتماع، ومثقفين لا يربط بينهم سوى اهتماماتهم بجملة التغييرات النوعية المتلاحقة التي يشهدها العالم في مجال الاقتصاد والسياسة والثقافة والاجتماع والبيئة، والتي تعدت نطاق الدولة، وتجاوزت الحدود، وعبرت القارات، ولذا أضحت مناقشة آثارها على الاقتصاديات العربية والإسلامية وكذلك بقيه المجالات الأخرى أمراً بالغ الأهمية.

وقد أخذت العولمة الاقتصادية أبعادها في العصر الحاضر بانتصار القوى الرأسمالية العالمية، فاستعاد النظام الاقتصادي الرأسمالي هيمنته وانتشاره في صور جديدة مبنية على اقتصاد السوق، وعلى الثورة المعلوماتية، وعلى دمج الاقتصاديات الوطنية بالسوق الرأسمالية العالمية بإشراف مؤسسات العولمة الاقتصادية الثلاث التي هي: صندوق النقد الدولي يقوم بدور الحارس على نظام النقد الدولي، والبنك الدولي الذي يعمل على تخطيط التدفقات المالية طويلة المدى والمنطقة العالمية للتجارة خليفة (الجات).

وأضعت ظاهرة العولة الهاجس الطاغي في المجتمعات المعاصرة، فهي تستقطب اهتمام الحكومات والمؤسسات ومراكز البحوث ووسائل الإعلام، ويندر ألا نسمع أو نقراً في كل يوم حول الظاهرة أو جانب من جوانبها المتعددة السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية وبخاصة تدويل الإنتاج والاستهلاك والتبادل والتوزيع والاستثمار وتعاظم تأثيرها على أوضاع الدول والحكومات وأسواقها ويورصانها ومختلف الأنشطة الاقتصادية فيها.



مفهوم العولة وتعريفها:

أصسبحت المواسسة Clobalization والكوكبسة أو الكونيسة Mondialization من أكثر الكلمات استخداماً في الأدبيات المعاصرة وقد تم تعريف المولة على أنها إكساب الشيء طابح العالمية وجعل نطاقه وتطبيقه عالمياً.

ظهر مصطلح العولة أولاً باللغة الإنجليزية وترجم إلى اللغات الأخرى ومنها العربية وقد جرى تتاول كلمات أخرى في العربية ترجمة للفظ الإنجليزي "Globalization" منها الكوكبة، والكونية والكنونية ولكن يبدو الآن غلبة لفظ عولة على غيره من الألفاظ للدلالة على هذه الظاهرة.

والعولة في اللغة اسم مصدر على وزن "فوعلة" مشتقة من كلمة "المالم" نحو القولية ومي جميع القولية ومي جميع القولية ومي جميع النشاطات الإنسانية في نطاق عالمي، بمعنى جميل العالم كله مجالاً للنشاطات الإنسانية المتعددة.

وصياغة تمريف دقيق للعولة، تبدو مسألة شاقة نظراً لتعدد وجهات النظر، حول نشأتها ومصادرها وأصولها ومبادئها، والتي تتأثر أساساً وضرورة حتمية، بانحيازات الباحثين الإيديولوجية واتجاهاتهم إزاء هذه العولة رضضاً أو قبولاً، فالخلاف في وجهات النظر في العولة بين اليسار واليمين، بين الاشتراكية والرأسمالية، بين النظم الوطنية والتابعة، بين الخصوصية والعولة، وأيضاً وهو مهم للغاية، بين وجهة نظر إسلامية ووجهة نظر غير إسلامية.

على الرغم من ذلك اخترنا مجموعة من التعريفات للعولة وهي كما يلي:

حيث يعرفها عبد الرشيد عبد الحافظ بأنها: الدوران في فلك الأقوى فالمالم الآن لا بقاء فيه الا للأقوياء ولا كلام إلا لمن يمثلك القوة، أما الضعفاء فهم مقهورون مغلبون وعليهم أن يكونوا دائماً تبعاً لمن هو أقوى منهم يدورون في فلكه ويأتمرون بأمره



ويعرفها كمال الدين مرسي بأنها "وصول الرأسمالية التاريخية عند منعطف القرن العشرين تقريباً إلى نقطة الانتقال من عالمية دائرة التجارة والسوق والاستخراج إلى عالمية دائرة الانتاج وإعادة إنتاجها أي حقبة ثالثة متميزة تضاف إلى مرحلة الاستعمار التجارى الأول ومرحلة الإمبريائية الكلاسيكية اللاحقة".

ويعرفها الدكتور بركات مراد (مركزة العالم في حضارة واحدة) أي إعادة إنتاج العالم وفقاً لثقافة واحدة هي ثقافة الجهة صاحبة المشروع وهي تعرف (بأنها تشكيل وبلورة العالم بوصفه موقفاً واحداً، وظهور لحالة إنسانية عالمية واحدة)".

ويشير الباحث المصري محمد مبروك إلى أن العولة هي تحقيق مصالح النخب الرأسمالية والنخب الحليفة، على حساب شعوب العالم، فالعالم يتم تقسيمه إلى مراكز وهوامش، وكلما ازداد ثراء المركز، ازداد فقر الهوامش، فإذا كان الميكانيزم الأساسي للعولة هو تعاظم أسعار المواد الأولية، وكانت الأخيرة هي المقوم الأساسي لثروة الدول الفقيرة، فإن تنامي العولة، يعني سحق الدولة الفقيرة لحساب الدول الفنية.

ويعرفها حاكمي بوحفص "بأنها السيطرة المطلقة على المالم وهيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على مقدراته، خاصة أن الإستراتيجية تسعى للسيطرة على المالم ومقدراته بدون خسائر أو حروب، وكان الرئيس الأمريكي ريتشارد نيكسون قد أشار في كتابه انتصار بدون حرب إلى نشر القيم الأمريكية إذا ما أرادت أمريكا أن تصبح زعيمة المالم.

ولقد استخدمت مفردات متعددة للتعبير عن مدلول (العولة) على أن الكلمة الأكثر شيوعاً واستخداماً في هذا المجال هي Clobalization وقد أخذت من كلمة Clobe ومعناها: الكرة الأرضية، الأمر الذي جعل البعض يترجمها إلى الكونية.

ومن الجدير بالإشارة أن مصطلح العولة شاع في الوطن العربي وانتشر في الخطاب السياسي وفي وسائل الإعلام المختلفة، شأن الكثير من المصطلحات الغربية - الأوربية والأمريكية - الأكثر انتشاراً وتأثيراً على مجمل النشاط



السياسي والاقتصادي العالمي مثلما شاع مصطلح (الخصخصة) في السنوات الأخيرة أيضاً وترافق معه.

يعرف الدكتور إسماعيل صبري عبد الله العولة والتي يفضل أن يستخدم مكانها مصطلح الكوكبة على أنها: (التداخل الواضح لأمور الاقتصاد والاجتماع والسياسة والثقافة والسلوك دون اعتداد يـذكر بالحـدود الـسياسية للـدول ذات السيادة أو انتماء إلى وطن محدد أو لدولة معينة ودون حاجة إلى إجراءات حكومية).

على المستوى الاقتصادي تفترض العولة أن العمليات والمبادلات الاقتصادية تجري على نطاق عالمي بعيداً عن سيطرة الدولة القومية، بل: إن الاقتصاد القومي أو الوطني يتحدد بهذه العمليات، وهذا الوضع مفاير تماماً لما كان عليه الحال في الإطار السابق حين كانت الاقتصاديات القومية هي الفاعلة، أما الاقتصاد العالمي فهو شرة تفاعلاتها.

يرى صادق جلال العظم: أن العولة وفقاً لهذا التحليل هي إذن وصول نمط الإنتاج الرأسمالي عند منتصف القرن العشرين تقريباً إلى نقطة الانتقال من عالمية دائرة الانتقال من عالمية دائرة الانتجادل والتوزيع والسوق والتجارة والتداول، إلى عالمية دائرة الإنتاج وإعادة الإنتاج، أي أن ظاهرة العولة التي نشهدها هي بداية عولمة الإنتاج والرأسمال الإنتاجي وقوى الإنتاج الرأسمالية.

العولمة بهذا المعنى هي رسملة العالم على مستوى العمق بعد أن كانت رسلته على مستوى العمق بعد أن كانت رسلته على مستوى سطح النمط ومظاهره، بعبارة أخرى، إن ظاهرة العولمة التي نميشها الآن هي طليعة نقل دائرة الإنتاج الرأسمالي للى هذا الحد أو ذاك إلى الأطراف بعد حصرها هذه المدة كلياً في مجتمعات المركز ودوله، في الواقع لأن عالمية دائرة التبادل والتوزيع والسوق بلغت حد الإشباع بوصولها إلى أقصى حدود التوسع الأفقي المكنة وشمولها مجتمعات الكرة الأرضية كلها باستثناء جيوب هنا وهناك كان لا بد لحركية نمط الإنتاج الرأسمالي وديناميكيته من أن تفتح افقاً جديداً لنفسها وأن تتجاوز حدوداً بدت ثابتة سابقاً، عن طريق نقلة نوعية جديدة بدورها تأخذ الآن الشكل المزوج لعولمة دائرة الإنتاج ذاتها ونثرها في كل مكان



مناسب تقريباً على سطح الكرة الأرضية من ناحية وإعادة صياغة مجتمعات الأطراف مجدداً، في عمقها الإنتاجي هذه المرة وليس على سطحها التبادلي التجاري النظاهر فقط، من ناحية ثانية، أي إعادة صياغتها وتشكيلها على الصورة الملائمة

المفهوم المعاصر للعولة يعني هيمنة نمط الإنتاج الرأسمالي وانتشاره بعمق لا بل هيمنة النمط الأمريكي لاسيما وأن الرأسمالية كنمط إنتاج تتغير ملامحها وأساليبها في الاستغلال عبر الزمن كما أنه لا بد من الربط بين نشأة العولة وانتشار الشركات متعددة الحنسية.

أهداف العولة الاقتصادية:

لعمليات التراكم المستحدثة في المركز ذاته.

تتقسم أهداف العولة الاقتصادية إلى قسمين: أهداف معانة وأهداف خفية، وتتميز الأهداف المعانة بأنها جذابة، مما جمل بعض مفكري الدول النامية يؤيدها ويتحمس لها، ومن تلك الأهداف المعانة كما يذكر الحاجي ما يلي:

- ١- تقريب الاتجاهات العالمية نحو تحرير أسواق التجارة ورأس المال.
- ٢- زيادة الإنتاج، وتهيئة فرص النمو الاقتصادي على المنتوى المحلى والعالم.
 - ۲- زیادة حجم التجارة العالمیة، مما یؤدی إلى الانتعاش الاقتصادی العالمی.
- ٤- زيادة رأس المال في العالم بالاستعمال الأفضل للعمال ذوى الإنتاج المرتفع.
- حل المشكلات الإنسانية المشتركة الدي لا يمكن أن تحلها الدول بمفردها، مثل: انتشار أسلحة الدمار الشامل، وانتشار المخدرات، وقضايا البيئة، وانتقال الأيدي العاملة من دولة أو منطقة إلى أخرى.

هذه هي أهم أهداف العولة الاقتصادية في نظر المؤيدين لها ، ويلاحظ أن الهدف الأول وهو تقريب الاتجاهات العالمية نحو تحرير أسواق التجارة ورأس المال ، من أهداف النظام الرأسمالي والأسس التي يرتكز عليها ، وهو يعني عولمة الاقتصادات العالمية وصبغها بالصبغة الرأسمالية.



وعلى كل، فهذه الأهداف تتفق وما هو معلن من أهداف في اتفاقيات إنشاء المنظمات الافتصادية التي تخطط لسياسات العولة الاقتصادية وتنفذها، كالبنك الدولى، وصندوق النقد الدولى، ومنظمة التجارة العالمية.

فمثلاً من أهداف صندوق النقد الدولي: تيسير التوسع والنمو المتوازن في التجارة الدولية، ومن ثم الإسهام في تحقيق مستويات مرتفعة من التشفيل والدخل الحقيقي، وتنمية الموارد الإنتاجية للبلدان الأعضاء، على أن يكون ذلك من الأهداف الأسامية لسياساتها الاقتصادية، وإلغاء القيود المفروضة على معاملات الصرف المعرقة لنمو التجارة الدولية.

ومن أهداف البنك الدولي: المساهمة في تعمير الدول الأعضاء، والعمل على تقدمها الاقتصادي، بتوجيه رؤوس الأموال إلى الأغراض الإنتاجية، وتشجيع مشروعات تنمية المرافق الإنتاجية والموارد الاقتصادية في البلدان الأقل نمواً، وتشجيع الاستثمار الأجنبي، والعمل على نمو التجارة الدولية، نمواً متوازناً طويل المدى، والمحافظة على توازن حسابات المدفوعات الدولية، بتشجيع الاستثمار الدولي، لتوسيع نطاق موارد الإنتاج في الدول الأعضاء، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاج، ورفع مستوى الميشة والعمل في الدول الأعضاء.

ومن أهداف منظمة التجارة العالمية: رفع مستوى المعيشة والدخل، وتحقيق التشفيل الكامل وتحقيق نمو اقتصادي كبير، وزيادة الإنتاج وتوسيع التجارة في السلع والخدمات، والاستعمال الأفضل للموارد العالمية وفقاً لأهداف النتمية، وحماية البيئة والحفاظ عليها بما يتوافق ومستويات التمية الاقتصادية الوطنية.

والسؤال الذي يطرح نضمه هو: إذا كانت أهداف تلك المنظمات الملتة بهذه الصورة الجيدة، ظلماذا لم تتحقق في البلدان النامية على مدى ستين عاماً، هو عمر صندوق النقد الدولي والبنك الدولي ؟

هناك احتمالان:

الأول: ما تدعيه تلك المنظمات والدول الغربية، من أن السبب هو الدول النامية نضمها، لأنها لا تلتزم بالسياسات التي تقترحها تلك المنظمات، لتحقيق الأهداف الملئة.



الثاني: أن السبب هو الدول الرأسمالية التي تمكنت- بما لها من نفوذ مالي وسياسي- من السيطرة على تلك المنظمات ووجهتها لتحقيق مصالحها حتى وإن عارضت مصالح الدول النامية.

وهذا السبب هو ما جعل العارضين للعولة - كهانس بيتر مارتين، وهارلد شامان، وتشوسودوفيسكي، وجون بلجر من الغريين، وعبد الكريم بكار، وسعد الدين المسالح، ومحمد الحاجي من المسلمين - يدعون أن لها أهدافاً خفية، يصفونها بأنها أهداف ضارة وخطرة في الوقت نفسه، تسمى تلك المنظمات إلى تحقيقها.

ومن تلك الأهداف الخفية في نظرهم ما يلي:

- ١- هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوربي على الاقتصاد العالمي
 بوسائل منها: الاحتكارات والشركات الكبرى.
- التحكم في مركز القرار السياسي في دول السالم، لتحقيق المسالح
 الأمريكية والأوربية.
- تعميق الخلاف بين الدول والحضارات والجموعات البشرية المختلفة،
 والاتفاق على خطط معينة للصراع على الصالح.
- ٤- فرض السيطرة العسكرية والثقافية الغربية على الشعوب النامية ، بقصد نهب مواردها وثرواتها الوطنية ، وحقبة الاستعمار الغربي للبلدان النامية قديماً وحديثاً شاهدة بذلك.
- القضاء على المشاعر الوطنية والهوية الثقافية، وربط الإنسان بالعالم لا
 بالدولة، لإسقاط هية الدولة.

فاتضع مما سبق، أن المؤيدين للعولة الاقتصادية نظروا إلى أهدافها النظرية، أي كما جاءت في اتفاقيات إنشاء منظمات العولة الاقتصادية، في حين أن المعارضين لها نظروا إلى أهداف العولة الاقتصادية من جهة ما تخلف عن الأهداف الخفية، أرسته تلك المنظمات ومن يوجهها في واقع الدول النامية من سياسات وما نتج عن ذلك من نتائج، ومعلوم أن الكلام النظري قد يختلف عن التنفيذ، كما أن





الأهداف الملئة قد تختل، ومن تابع عمل منظمات العولة الاقتصادية في الدول النامية يجد أدلة واقعية ترجح الأهداف الخفية للعولة الاقتصادية على الأهداف المعلنة، منها ما يلى:

- ١- أنه لو كانت أهداف العولة كما هو معلن، لما رأينا المظاهرات، تنطلق في كل بلد تعقد كل بلد تتبع فيه سياسات منظمات العولة الاقتصادية، بل وفي كل بلد تعقد فيه مؤتمرات أو ندوات العولة وسياساتها، حتى إن هذه المظاهرات قد انطلقت من البلدان المصدرة للعولة نفسها، مما يعني أن العولة الاقتصادية، إنما تسعى إلى تحقيق مصالح أصحاب رؤوس الأموال والشركات الكبرى وبخاصة متعددة الجنسية، وليست لتحقيق مصالح المواطن الغربي، ناهيك عن تحقيق مصالح مواطني البلدان النامية.
- ٢- أن الأهداف المعلنة تصارض سياسات منظمات العولة الاقتصادية عند التنفيذ، فرفع مستوى المعيشة وزيادة الدخل من أهداف العولة الاقتصادية المعلنة، يعارض سياسة إزالة دعم السلع المعيشية أو زيادة الضرائب أو الخصخصة وما يترتب عليها من بطالة، لأن هذه السياسات يترتب عليها انخفاض دخول بعض الفئات الاجتماعية والدخول القومية وليس زيادتها.
- ٣- أن السياسات المنفذة مبنية على النصوذج الغربي في التتمية، النابع من النظريات الاقتصادية الغربية، وهو أمر يفرض على الدول النامية فرضاً، ولا يؤخذ رأيها فيه، مما يؤكد الأهداف الخفية المتمثلة بعولة اقتصادات الدول النامية وربطها بالنموذج الرأسمالي الغربي.
- ا- أن الدول الكبرى الدائنة تربط الموافقة على جدولة الدين (قلب الدين) المستحق على الدول النامية، بإحضار خطاب من صندوق النقد الدولي يثبت خضوعها لسياساته وسياسات البنك الدولي، مما يؤكد أن الهدف من تلك السياسات هو جعل البلد الذي تنفذ فيه، قادراً على تسديد ديونه الخارجية، ومسهلاً تحويل أرباح الاستثمارات الأجنبية إلى الخارج، دون العمل على تحقيق تعية اقتصادية حقيقية في ذلك البلد، وهذا من الأهداف الخفية التي





على رآسها نهب موارد الدول النامية، ولو كان المقصود تحقيق الأهداف المائة، لما اشترط هذا الربط !

أن تحرير الأسواق مطلقاً، ليس من مصلحة الدول النامية، لتفاوت أوضاعها
واختلافها عن أوضاع الدول المتقدمة، ولأن هذا التحرير يؤدي إلى زيادة
العجز الخارجي وليس إلى تخفيضه، فالعدل يقتضي مراعاة أحوال الدول
النامية، وليس فتح الباب على مصراعيه في الدول النامية أمام طوفان السلع
والخدمات الفربية المتطورة.

إذن، سياسات منظمات العولة الاقتصادية يوحي ظاهرها بأنها متفقة والأهداف المائة لها، أما باطنها فيحقق الأهداف الخفية لتلك العولة، وذلك أن الذي يملي تلك السياسات في واقع الدول النامية هي منظمات اقتصادية قوية تسيرها الدول التكبرى وفق سياساتها وبما يحقق أهدافها ومصالح شركاتها وبخاصة الشركات متعددة الجنسية (^).

أسباب بروز العولة الاقتصادية وآثارها:

ظهر مصطلح العولة منذ بداية التسعينيات الميلادية من القرن الماضي، وقد عملت الولايات المتحدة الأمريكية - ومعها الدول الغربية الأخر - على نشر هذا المصطلح إعلامياً، وإن كان مضمونه السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي، معروفاً ومعمولاً به منذ عقود - وبخاصة بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية - فالعولة ظاهرة قديمة ومستجدة في آن واحد، أو بعبارة أخرى، هي لفظ جديد لمضامين قديمة.

فإذا كان مضمون العولمة معمولاً به منذ عقود، فما الأسباب أو العوامل التي أدت إلى بروز مصطلح العولة في هذا الوقت ؟

 ⁽١) د. ناصح بن ناصح المرزوقي البقمي، الأستاذ المساعد السياسة الشرعية بمعهد الدراسات الدبلوماسية
 بوزارة الخارجية الملحة العربية السعودية.





- يرى الاقتصاديان العربيان: جلال أمين، وعبد المنعم السيد علي أن هناك مجموعة من العوامل التي أدت إلى بروز هذا المصللح في هذا الوقت منها ما يلى:
- ا- انهيار بعض الأسوار كالاتحاد السوفييتي سابقاً، التي كانت تحتمي بها بعض الأمم والمجتمعات من تيار العولة، مما جعل هذا التيار يكتسح مناطق مهمة من العالم، كانت معزولة عنه، ومن ثم انفراد الولايات المتحدة بالسيطرة على العالم.
- الزيادة الكبيرة في درجة تنوع السلع والخدمات التي تتبادلها الأمم،
 وكذلك تنوع مجالات الاستثمار التي تتجه إليها رؤوس الأموال من بلد إلى
 آخر.
- ٢- ارتفاع نسبة السكان التي تتعامل والعالم الخارجي وتتأثر به في داخل كل مجتمع.
- التطور الهائل في وسائل الاتصال والمعلومات وفي مقدمتها الإنترنت والقنوات الفضائية، فقد كان تبادل السلع ورؤوس الأموال هو العنصر المسيطر على الملاقات بين الدول حتى وقت قريب جداً، ثم بدأ تبادل المعلومات والأفكار يصبح هو العنصر الغالب على هذه العلاقات، فالعلوم والتقنية صارت هي المحرك الرئيس للاقتصاد العالمي، الطامح إلى المزيد من التحرر من أسر الحاجة إلى المواد الخام القادمة من الدول النامية، ويصعب اليوم، فهم القواعد الأساسية للتنمية والتصنيع والعولمة، دون الاهتمام أولاً بالعلوم والتقنية.
- ٥- أصبحت الوسيلة الأكثر تأثيراً ونشاطاً في تحقيق هذا الانتقال للسلع ورأس المال والمعلومات والأفكار، بل المهيمن على هذا الانتقال، هي الشركات المتعددة الجنسية، وقد أدى ذلك إلى زيادة حجم الاستثمار الأجنبي المباشر الذى تمارسه تلك الشركات.
- ٦- نمو التجارة العالمية بمعدلات كبيرة، نتيجة لتحرير تجارة السلع والخدمات وحقوق المكية الفكرية.





٧- ظهور أقطاب صناعية جديدة في العالم النامي وبخاصة في آسيا منها النمور الأربعة وهي: هونة كونغ، وكوريا الجنوبية، وسنغافورة، وتايوان، والفهود السبعة وهي: إندونيسيا، وماليزيا، والفلبين، والصين، والهند، وياكستان، وتايلند، ويأتي تأثير هذا العامل بوصف هذه الدول دولاً مصدرة ومنافسة لصناعات الدول الفربية العربية في تحد هو الأول من نوعه منذ قرون.

ومع أهمية تأثير هذه العوامل في بروز مصطلح العولة، إلا أن أهم تلك العوامل هو ظهور منظمة التجارة العالمية، وبخاصة أن الهالة الإعلامية التي صاحبت نشوءها، جعلت بعض الناس، يظن أن العولمة هي منظمة التجارة العالمية فقط، في حين أن العولمة أشمل وأكبر من ذلك، ومن أسباب نشوء هذه المنظمة كما يذكر الدكتور معمد العصيمي ما يلي:

- ١- اشتداد الصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي على المصالح في العالم، ومن ذلك الصراع بين شركاتها متعددة الجنسية على تقاسم مناطق النفوذ، مما استدعى وجود تنظيم تجاري دولي يحد من ذلك الصراع.
- ٧- عيوب اتقاقية الجات ومنها وجود ثغرات قانونية فيها وبخاصة في مجالي الزراعة والمنسوجات، فمثلاً لم تستطع الولايات المتحدة الأمريكية أن تقنع اليابان والصين في إطار الجات بفتح أسواقهما أمام السلع الأمريكية، بالإضافة إلى عدم شمول الجات لتجارة الخدمات وحقوق الملكية الفكرية، وعدم وجود آلية دولية فيها لحل النزاعات التجارية العالمية.
- ٧- خروج رؤوس أموال الشركات الكبرى من الدول الصناعية واستيطانها في الدول النامية، إضافة إلى أن الدول المتقدمة أصبحت تنوء بأعباء ثقيلة بسبب حماية أسواقها المحلية وبخاصة دعم المنتجات الزراعية وتصريف الفوائض منها، وقد واكب ذلك شكاوى من بعض الشركات المنية، وبحكم وضع البلدان الفربية وتركيبتها السياسية والعلاقة بين رجال السياسة ورجال المال





- وحاجة كل منهما إلى الآخر، كان لا بد من تدخل الحكومات الغربية لتعديل الأوضاع العولية لمسلحة شركاتها.
- انهيار المسكر الاشتراكي وما تباده من تحول معظم دوله إلى نظام الحبوق، فكان ذلك فرصة لطبع تلك الاقتصادات الجديدة بالطبع الرأسماني، مع الاستفادة من الفرص التجارية الضغمة في تلك البلدان، إضافة إلى تفير السياسات التجارية في البلدان النامية بترك سياسة إحلال الواردات وإتباع سياسة تشجيع الصادرات، وما صاحب ذلك من خصخصة كثير من مؤسسات القطاع العام فيها، وهذا شجع الدول الغربية وشركاتها على المساهمة في ملكية تلك المؤسسات.
- ٥- أثبتت المنظمات الدولية أنها أداة قوية ناجحة لتهيئة أوضاع مناسبة للدول الصناعية، وتمرير حلول ومقترحات تصب في مصلحة تلك الدول، وحل كثير من المشكلات الاقتصادية التي تمهد لتوسع كبير في مبيعات الدول الصناعية، مع مزية قبول الدول الأخر لقراراتها لكونها صادرة من منظمات دولية، لذلك أنشئت منظمة التجارة العالمية وربطت بالبنك الدولي وصندوق النقد الدولي ربطاً إدارياً عضوياً، لتكتمل مهمة تحقيق تلك المصالح في الجانب التجاري^(۱).

تجليات العولمة الاقتصادية:

وتبدو ملامح العولة الاقتصادية من خلال جملة من المظاهر التي منها:

- الإقبال الشديد على التكتل الاقتصادي للاستفادة من التطورات التقنية
 المدشة.
- ٢- تعاظم دور الشركات متعددة الجنسيات، وتتامي أرباحها، واتساع أسواقها، وتزايد نفوذها في التجارة الدولية والعالمية.

http://www.islamecon.com/publish/article_41.shtml





- إثارة المشكلات الاقتصادية وتدويلها مثل: الفقر والأمية، والتلوث وحماية السئة.
- 3- تزايد دور التقنيات والتفيرات السريعة في أسلوب الإنتاج ونوعية المنتج، ولا يخفى تأثير ذلك على الاقتصاد العالى.
- وصيح النظام الريوي، وتمكين المؤسسات الربوية من السيطرة على
 الاقتصاد.

أما القوة الاقتصادية للشركات المتعددة الجنسيات، ومن ورائها أمريكا سيطرت على مشروعات استثمارية ضغمة بفية الهيمنة على الآخر واختراقه وسلب خصوصياته وإخضاع السوق العالمية لقوانين تخضع لكل أشكال السيادة القطرية حركة الدولة والأمة وتفكك نظمها الإنتاجية ومؤسساتها أي القفر فوق سهام الدولة والأمة والوطن وتمكين الشركات المتصادة الجنسية والمؤسسات الاقتصادية الكونية من إدارة وتسييس شؤون الاقتصاد العالمي لتحل محل الدولة بغرض تعميق اختراق اقتصاديات الجنوب وإلحاقها بالاقتصاد العالمي من موقع متخلف، لتؤدي وظائف معينة ذلك بأن متزعم الدولة الرأسمالية والدول الرأسمالية مناط بها بأن ترعى مصالح الطبقة الرأسمالية حيث أن وظيفتها الأساسية تأسيس البنى القانونية المؤسسية الملائمة لاحتياجات النظام الرأسمالي.

- ٦- تراجع ممدل النمو الاقتصادي العالى ٢٠٠١م إلى ٢.٢٪ مقارنة مع معدل نمو حقيقي بلغ ٤٠٠٪ معارنة مع معدل نمو حقيقي بلغ ٤٠٠٪ عام ٢٠٠٠ وحتى بوادر الانتماش الاقتصادي التي بدآت في أواخر ٢٠٠١ والربيع الأول من عام ٢٠٠٢ شهدت الأسواق المالية العالمية ضعفاً وفقدت أسعار الأسهم الدولية جزء كبيراً من قيمتها.
- ٧- تهميش العولة للدول النامية ونظراً لهذا التهميش نجد هذه الدول تطالب بالحصول على مزايا عادلة وإشاعة إستراتيجية تقوم على أساس المشاركة الإيجابية في كال الدول في إطار الدولة محنرة من مخاطر التهميش الذي تتمرض له وبالرغم من مؤتمر دافوس الذي عقد في كانون الثاني ٢٠٠٠



بسويسرا ركز على نقطة رئيسية وهي سبل تغليظ الفجوة بين الثراء والفقر وتخفيف أضرار العولمة على البلدان الأضعف اقتصادياً ومالياً ورفع شعار (بداية جديدة من أجل التغيير) إلا أنه لم يحدث أي تغيير ولم يستطع إبعاد شيح التيار المناهض للمولنة حتى في قلب مراكز المولنة ذاتها وقد بس الدكتور عصام الزعيم في مقابلة معهم أن العولمة بالقدر الذي تعد فيه أداة دمج فإنها أداة تهميش وتجزئة وهنذا ما أدخلته الشعارات التي نادي بها المتظاهرون بمناسبة اجتماع وزراء أعضاء منظمة التجارة الدولية في سياتل عام ٢٠٠٠ الرأسمالية وحشاً قاتل، نريد معلوماتية تخدم الانسان لا نريد عولة لجمع الثروة فقط لا تربد حربات اقتصادية تستحق حق العيش الكريم.

 ٨- لم يعرف التاريخ ارتفاعاً في نسبة الفقر في العالم مثلما عرفه الآن فمن بين عند سكان المالم البالغ عند سنة مليارات نسمة عام ١٩٩٩م يعيش ٢٨ مليار نسمة منهم (أي حوالي النصف) على أقل من دولارين يومياً ويديش ١.٢ مليار تحت خط الفقر المحدد دولياً بأقل من دولار واحد يومياً (حوالي ٢٣٪ من سكان العالم في حين أن الشعوب الفنية تمثل ٥٪ من سكان العالم إلا أنهم يحصلون على دخل يزيد أكثر من ١١٤ مرة من دخل المنتمين للشعوب الفقيرة وفي ظل هذه الطبقية فهل ستعيش البشرية في أمان؟ الجواب أن هذه الطبقيـة ساهمت في انتشار الجريمـة وعلـي سبيل الشال ٧٪ مـن الـشعب الأمريكي إما قايعون تحت السجون أو تحت إجراءات حسن السلوك وأن ٢٨ ملبون أمريكي يعيشون في مصاكن محروسة بكل وسائل التقنية الحديثة من أسلحة وكاميرات وغيرها السبب في ذلك عدم الاطمئتان جراء الجريمة الستفيضة.

العولة الاقتصادية.. أبنية أم طرفية؟:

على الرغم من التقدم اللحوظ للعولة في جانبها الاقتصادي بصفة خاصة منذ بداية التسعينات إلا أن السنوات الأخيرة شهدت أزمات مالية في بعض الدول النامية





أدّت إلى ارتباك النظام المالي والاقتصادي العالمي، مثل: الأزمة الاقتصادية في المكسيك ١٩٩٨، والأزمة الآسيوية ١٩٩٧ وفي البرازيل وروسيا ١٩٩٨، وقد جعلت هذه الأزمات الدول النامية تراجع حساباتها في قضية الاندماج في الاقتصاد العالمي وتسريع الخطى نحو اقتصاديات العولمة، وكان هناك مثال واضح اتخذ خطوات عملية لحماية اقتصاده، وهو وضع ماليزيا التي فرضت قيوداً على سياساتها النقدية والمالية، وكذلك جهود مجموعة الـ ١٥ من خلال اجتماعاتها المتكررة والمطالبة بشروط أفضل للدول النامية في التعاملات الاقتصادية والدولية.

وكانت مقدمة احتجاجات مجموعة الـ 10 من خلال اجتماعات كوالالبور ية نهاية 1997، حيث هاجم رئيس الوزراء الماليزي "محاضر محمد" سياسات صندوق النقد والبنك الدوليين، كما أن لكل من مصر والهند دوراً بارزاً في اجتماعات منظمة التجارة الدولية، ولكن توجد بعض التساؤلات لم تجد إجابات حاسمة حول ظاهرة المولة، منها: هل المولة حتمية قدرية أم ظرف تاريخي؟ انتقادات المولة هل تفي بإمكانية التراجع عنها؟

العولة عقيدة جديدة:

إن جوهر العولة هو تعميم النظام الرأسمالي على كل أرجاء المعمورة، مع تعرضه لعمليات تقدير شملت بنيته وأسلوب إدارته وغير ذلك من جوانبه وعناصر تشغيله، استناداً إلى الثورات التكنولوجية التي شهدها العالم، وبوجه خاص ثورة الملوماتية والاتصالات، وبجوار التقدم التكنولوجي الذي يعتبر أحد الأركان الهامة للعولة هناك جانب ذاتي محدد لها، وهو الجانب العقدي أو العقائدي، وقد برز هذا الجانب بوضوح إبان انفراط عقد المجموعة الاشتراكية، فقد جرى الترويج لمقولات مثل نهاية التاريخ والانتصار النهائي للرأسمائية، وهي مقولات إيديولوجية بالأساس، وهكذا صارت العولة تقدم كعقيدة تدعو إلى الأخذ بالرأسمائية كنظام اجتماعي لا بديل له ولا مفر منه الا



العولة.. ظرفية لا أبدية:

يرى أد إبراهيم الميسوي (الاقتصادي المصري) أن العولة ليست حتمية قدرية كما يصورها البعض، ولكنها ظرف تاريخي يسيطر ويتطور فيه النظام الرأسمالي، وأن هناك ظروفاً تاريخية سابقة مشابهة لظواهر العولة الاقتصادية المتاسخ خلال الفترة من ١٨٧٠ وحتى ١٩١٣، فخلال تلك الفترة حدث تكثيف وتوسيع للمعاملات التجارية والنشاط الاقتصادي عبر الحدود السياسية للدول القومية، وجسرت عمليات كبرى لفتح الأسواق وزيادة درجة التكامل بين الاقتصاديات الوطنية من جراء انتقال البشر ورؤوس الأموال على نطاق واسع، وكانت العولة القومية تعتمد أيضاً على التقدم التكنولوجي، خاصة في مجالات التقل والاتصالات، وكما هو حادث الأن ظن عدد كبير من المفكرين ورجال الأعمال أن العالم قد دخل طوراً اقتصادياً لا رجوع عنه، إلا أن الفترة ما بين الحربين العالميتين وما بعدهما شهدت اتجاه الدول الغربية نحو الحمائية على الرغم من توقيع أولى اتفاقيات الجات في ١٩٤٤، وبالتالي اتجهت الدول النامية إلى حماية صناعاتها والناشئة، كما حدث تراجع عن العولة، وهو درس من نتائج تجرية تاريخية في فترة زمنية معينة، أي قابلية العولة للتراجع أو الارتداد إذا ما نشأت ظروف تدعو إلى ذلك.

تناقضات العولة:

المقصود بتناقضات العولة هو ما تفرزه عمليات العولة من تفاعلات وقوى واتجاهات عامة مضادة تعرقل مسيرتها، وقد تؤدي في مرحلة لاحقة إلى وقف حركتها، ومن أهم هذه التناقضات ما يلي:

الاتجاهات الكامنة في عمليات العولة إلى النمو غير المتكافئ والتركز في الشروة وازدياد النشاوت في توزيع الدخل، حيث تتآكل الطبقة الوسطى لحساب الطبقات الفقيرة، ويصدق هذا على تطور الأمور داخل الدولة الواحدة، كما يصدق على توزيع الدخل والشروة بين الدول، وخاصة بين الدول للتقدمة والدول النامية، وكذلك تعرض بعض الدول للتهميش.





- زيادة احتمالات التعرض للصدمات الخارجية في الوقت الذي تعجز فيه دول
 كثيرة عن مواجهة هذه الصدمات بقواها الذاتية أو من خلال الدعم الدولي
 بهافي ذلك دول كبيرة كالمكسيك والبرازيل.
- ان ضغوط التنافسية المرتبطة بالعولة والتسابق على الفوز بالأسواق تجعل الحكومات من الحكومات تتحيز لرأس المال على حساب العمال، فتغفف الحكومات من الضرائب على رجال الأعمال، وتمنحهم الكثير من المزايا والإعفاءات حتى تجتذبهم للاستثمار المحلي وتصرفهم عن التفكير في النزوح للاستثمار في الخارج، وفي نفس الوقت وذات الهدف تعمل الحكومات على الحد من الامتيازات التي يحصل عليها العمال وتحد من اتجاهات رفع الأجور، وذلك بدعوى تخفيض تكلفة الإنتاج ورفع درجة تنافسية المنتجات الوطنية في الداخل والخارج.
- التناقض بين عولة رأس المال ووطنية العمل، فعلى خلاف صيحة ماركس "يا عمال العالم.. اتحدوا" فإن الرأسماليين هم الذين اتحدوا بالفعل عبر الحدود الوطنية بينما بقي العمال أسرى الحدود الوطنية، وهنا يبرز نوع جديد من عدم التكافؤ في القوى بين العمل ورأس المال يضاف إلى عدم التكافؤ التقليدي بينهما.
- اتجاه الاقتصاد إلى العولة في غياب حكومة عالمية تملك صلاحيات التدخل لضبط قوى السوق والحد من شطط العولة.
- الاتجاء العدائي للعولة انطلاقًا من الشعور لدى الكثيرين من أبناء الدول
 النامية بأن العولة تستهدف القضاء على خصوصياتهم الثقافية وتميزهم
 الحضاري.



العولة والتنمية:

حذر د. العيسوي الدول النامية من مخاطر التعامل مع العولة باستخفاف أو المدخول فيها دون الأخذ برفع قدراتها التنافسية والاستفادة من الاستثناء وفترات السماح التي تتيجها مبادئ تحرير التجارة.

والتتمية التي هي هدف أي اقتصاد، خاصة في الدول النامية، لا يصنعها السوق ولا العولة، وإنما تصنع التتمية بالإرادة الوطنية والتخطيط وفق رؤية مستقبلية طويلة المدى، مع شيء من الحماية المؤقتة التي تأخذ في الاعتبار معالير المنافسة وآليات السوق.

إن ضعف اقتصاديات الـدول الناميـة يرجـع بالأسـاس إلى سـو، الإدارة الاقتصادية والفساد، وأن دخول الدول النامية في اقتصاديات العولـة غير محسوب بمعايير اقتصادية سليمة، ولكنه الخوف والرعب من العولـة، وهو تخوف ليس في محله.

وسائل الإعلام والعولة:

إعلام العولة:

سلطة تكنولوجية ذات منظومات معقدة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول وإنما تطرح حدوداً فضائية غير مرثية ترسمها شبكات اتصائية معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية لتقييم عالماً من دون دولة ومن دون أمة ومن دون وطن وهو عالم المؤسسات والشبكات التي تتمركز وتعمل تحت إمارة منظومات ذات طبيعة خاصة وشركات متعددة الجنسيات يتسم مضمونها بالعالمية والتوحد على رغم تنوع رسائلها التي تبث عبر وسائل تتخطى حواجز الزمن والمكان واللغة لتخاطب مستهلكين متعددي الشارب والعقائد والرغبات والأهواء.

وهناك من عرفها بأنها عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع والمذهل في قدرات وسائل الإعلام والملومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بمن المجتمعات



بفضل ما تقدمه تكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين هذه الوسائل بهدف دعم وتوحيد ودمج أسواق المالم وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصال والملومات العملاقة وهذا على حساب دور الدولة في المجالات المختلفة .

العولة الإعلامية:

للإعلام دور فعال في حركة المجتمع في الميادين كافة ، فكثيراً ما نسمع مقولة "الحرب دعايات" في إشارة إلى أهمية الإعلام في مجريات الأحداث، فإذا كان الإعلام يتمتع بهذه الدرجة من الأهمية منذ القدم ، حين كان يتطلب وصول الخبر من مكان أضعاف الوقت الذي يتطلبه الآن، فيمكن تصور الدور الذي يضطلع به الإعلام إيجاباً أو سلباً في عصر العولة.

وحتى يؤدي الإعلام دوره بإيجابية ، فلا بد من مواكبة قضايا الأمة والدفع باتجاه تحقيق الأهداف الوطنية بشكل مدروس ودقيق ، فعلى سبيل المثال ، يمكن للمراقب لمجريات الأحداث على الساحة الفلسطينية أن يلعظ مدى التأثير الإعلامي في إلهاب عواطف الجماهير الفلسطينية وحتى العربية أو تهدئة الوتيرة الحماسية وفقاً لمزاج الأنظمة الحاكمة "قلو قيض لمؤرخ مُنصف أن يدرس واقع الإعلام العربي لما وجد أفضل من عبارة آلة السلطان تعبيراً يشير إلى هذا الإعلام .

وبما أن الشعوب العربية أكثر تأثراً بالإعلام من سواها ، نظراً لما تنميز به من عواطف جياشة ، وحماس مفرط، وقدرة على التهدئة أيضاً "بكبسة زر" كما يقولون فإن "هذه الإمبراطوريات الإعلامية التي تبث صوت سيدها وتحاول فرض آرائها وأفكارها تشكل خطراً على ثقافات العالم الثالث وهويتها القومية".

فعلى سبيل المشال، تستخدم هذه الوسيلة الإعلامية مصطلح "عملية استشهادية"، وقد سمعنا من قبل استشهادية"، وقد سمعنا من قبل "عملية تخريبية"، وتلك تبارك هذه العمليات، وأخرى تشجب وتستكر وتدين، ومرة يكون الاستتكار شديد اللهجة، وقد يكون لطيفها، وربما ابتكروا لهجة من متوسطة إذا أمروا بذلك.



ونسلم هنا بأن العولة أصابت الإعلام فتعولم هو الآخر، ولكن كيف عولنا إعلامنا العربي؟ لقد طبقنا تصاميم البناء وأحضرنا الأجهزة المتطورة واستخدمنا تقنيات البث الحديثة، ولكن بقيت الهوة واسعة بين تقنيات العرض والمادة المعروضة، ففي حين تنتمي الأولى إلى عصر العولة نجد الثانية تنتمي إلى قرون خلت.

ي النصف الأول من القرن التاسع عشر، ظهر ولأول مرة أن النشاط الإعلامي قد حدد لنفسه بعداً عللياً، وذلك ليس فقط على مستوى تغطيته ومعالجته للأخبار، ولكن أيضاً على مستوى تلبية حاجة المتعاملين معه، فقد أنشأ شارل لوي للأخبار، ولكن أيضاً على مستوى تلبية حاجة المتعاملين معه، فقد أنشأ شارل لوي هافاس سنة ١٨٢٧ "مكتبة للأخبار "الذي أطلق عليه لاحقاً "وكالة هافاس" وقد اعتمد على مبدأين مكناه من تحقيق نجاح كبير في التغطية العالمية للأخبار، والقدرة التي تضاعفت مع الأيام على نقل وتوزيع الأخبار (من الحمام الزاجل إلى الأقمار الاصطناعية مروراً بالتلغراف والتلكس... الغ) وقد تمكن اثنان من معاونيه رويتر وولف، من إنشاء وكالتهما للأنباء، الأول في بريطانيا والثاني في ألمانيا وذلك بهدف تحقيق الأهداف نفسها التي أرادها هافاس وأصبحا منافسيه في هذا الميدان، من القرن رغم ذلك ظلت وسائل الإعلام معلية أو وطنية وذلك لغاية السبعينات من صميم العشرين، فكل دولة لديها فتاعة بأن القوانين الخاصة بالإعلام كانت من صميم منطتها وحديثاً رفع المنتجون شعار "الاستثناء الثقاف" مؤكدين إن الإعلام يقع في صميم هذا الاستثناء وذلك في مواجهة مفاوضات الجات واللجنة التابعة للإتحاد صميم في الأوربي في بروكسل.

الواقع إن سنوات الثمانينات قد عرفت اتجاهاً عولياً واضحاً مثل الكثير من القطاعات، كالصحافة المكتوبة وبخاصة الأسبوعية وبرامج التلفزيون (الأفلام الخيالية بخاصة) وينوك المعلومات، من دون أن ننسس المعلوماتية والبرمجيات الحاسوبية، الإنترنت ولا تمس هذه العولمة وسائل الإعلام بالمعنى الدقيق والحصري فقط، بل أنها أدخلت تغيرات عميقة على بعض المجموعات الصحفية والتلفزيونية والمعلوماتية حيث أنها أصبحت مجموعات كبرى ذات حضور عالمي.





إن عولة الإعلام هي سمة رئيسة من سمات العصر المتسم بالعولة وهي المتداد أو توسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه وذلك كمقدمة لنوع من التوسع الثقافي نتيجة ذلك التطور لوسائل الإعلام والاتصال، التي جعلت بالإمكان فصل المكان عن الهوية، والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية، والتقليل من مشاعر الانتماء إلى مكان محدود، ومن الأوائل الذين تطرقوا إلى هذا الموضوع عالم الاجتماع الكندي مارشال ماكلوهان، حيث صاغ في نهاية الستينات ما يسمى بالقرية العالمية، وتشير عولة الإعلام إلى تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية العابرة للقارات لاستخدامها في نشر وتوسيع نطاق النمط الرأسمالي في كل العالم من خلال ما يقدم من مضمون عير وسائل الإعلام أله الاجتلاف المخالف فيه الولايات المختلفة، وعند تأمل عناصر وأشكال الاتصال في العالم الذي تملك فيه الولايات

- المواد والتجهيزات التقليدية الخاصة بالاتصال وصناعة الإعلام أمريكية.
 - تدفق المعلومات عبر الفضائية تحت السيطرة الأمريكية.
 - ٣- مصادر المعلومات أمريكية الصنع.
- الطريق السريع للمعلومات تحتل فيه الولايات المتحدة المرتبة الأولى، كل هذه العوامل تجعل منها تمارس عولة الاتصال من خلال أبرز آلياتها متمثلة في القنوات الفضائية والانترنت، وهذا التقوق على أوروبا واليابان سواء في الإنتاج أو الترويج للمنتوجات الإعلامية مكنها من أن تصبح النموذج الذي تسعى الدول المتخلفة إلى تقليده، ومن خلال عولة الإعلام ومظاهرها يمكن القول أن من يملك الشائوث التكنولوجي (وسائل الإعلام السمعية البصرية، شبكات المعلومات، الطريق المدريع للمعلومات) يفرض سيطرته على صناعة الاتصال والمعلومات المصدر الجديد في عصر العولة لإنتاج وصناعة القيم والرموز والذوق في المجتمعات، وهنا تظهر الصورة كأحد أهم آليات العولة في المجال الإعلامي بعد التراجع الكبير للثقافة المكتوبة وظهور ما أصطلح على تسميته بثقافة ما بعد المكتوب.





ويمكن القول أن وسائل الإعلام وشبكات الاتصال تؤدي مجموعة من المهام في مسار العولة يمكن ذكرها:

- ١- تمثل آلية أساسية للعولة الاقتصادية باعتبارها تيسر التبادل الفوري واللحظي والتوزيع على المستوى الكوني للمعلومات ولا يمكن تصور الاقتصاد العالى اليوم دون اتصال.
- ٢- تروج وسائل الإعلام الإيديولوجية الليبرالية الكونية انطلاقاً من الدول
 الكبرى والمؤمسات الاقتصادية العملاقة.
- ٣- تساهم في خلق إشكال جديدة للتضامن والتعاون بين الأفراد عبر الشبكات.

وقد مكن الإعلام والتطور التكنولوجي من ظهور الإعلام والملومات كسلطة ووسيلة تحول الجتمعات وتفيرها.

مؤسسات وأدوات العولة :

إن العولمة بمختلف مستوياتها لها أدوات تعتمد عليها في عملية الممارسة وتتمثل هذه المؤسسات والأدوات في:

- أ- شركات متعددة الجنميات: إن نشاط هذه الشركات وآليات عملها يشكل مظهراً من مظاهر العولة والشركات بحد ذاتها كمؤسسات ذات شخصية اعتبارية وتعد أهم قوى العولة وأدواتها الفعالة والتي تتميز بالانتشار الجغرائي وتتوع الأنشطة وهذه الشركات تشكل محور اقتصاد العولة ولقد أدى سيطرة هذه الشركات على الحقل الإعلامي إلى تقسيم العالم إلى جزأين غير متكافئين: المسيطر وتمثله الدول الصناعية المتقدمة وهي قليلة العدد والمتخلف والذي يمثل دور التابع.
- ب- المنظمات والمؤسسات الدولية: وتشكل العنصر الحاسم في نظام العولة عبر
 آليات عملها حيث يساهم البنك الدولي ومنظمة التجارة العالمية ومنظمة التعاون





- والتنمية الاقتصادية في بلورة العولة الاقتصادية وتظهر هذه النظمات والمؤسسات في ترسيخ نظام العولة بالآتي:
 - ♦ أنها سلطة دولية للتشاور والتنسيق بين المنظمات السبع الكبرى.
 - ﴾ أنها سلطة معنوية تعبر عن سيطرة الشمال على الجنوب والأغنياء على الفقراء.
- بمكنها أن تفرض القواعد التي ينبغي على الدول الأعضاء تنفيذها في سياستها المالية الاقتصادية.
 - إن سياستها تمثل حماية للأسواق التي تسيطر عليها الاحتكارات الدولية.
- أنها تترجم مفهوماً ليبرالياً من خلال الأسس التي اعتمدتها للنظام النقدي
 الدولي وللسياسات المالية.
- ج- أدوات الاتصال وتكنولوجيا الاتصال: لقد شهد العالم تحولات كاسحة ومتسارعة تجرى على المستوى الكوني بفعل ثورة الاتصالات والتقنيات العالمية والوسائط المركبة والشبكات الإلكترونية، وبذلك يجد المرء نفسه إزاء ظاهرة كونية جديدة على مسرح التاريخ العالمي أن ثورة الاتصالات هي ثورة تفرض الانتقال من نظام مفاهيمي قديم إلى نظام مفاهيمي آخر جديد، وأهم هذه الأدوات:
- ١- البث الفضائي التلفازي والإذاعي: حيث حولت وسائل الإعلام خاصة التلفاز عالمنا إلى شاشة صفيرة يمكن التجول في أجوائها عبر جهاز التحكم ولا يوجد رقعة على الأرض لا تمسها بالبث قنوات الأقمار الصناعية التلفازية، ومن أهم شبكات البث التلفزيوني الفضائي والتي تعد أدوات من أدوات المولة الإعلامية وهي:
 - ♦ شبكة (CNN)
 - هشكة (B.B.C)
 - و شبکة (euro news)
- ٢- شبكة الإنترنت: حيث أصبحت وسيلة لتبادل الأفكار والآراء ووجهات النظر
 والثقافات، وقد عمدت الولايات المتحدة في إطار سعيها لعولة الإعلام والاتصال



في العالم على استخدام الشبكة لتحقيق ذلك من خلال نقل الثقافة الأمريكية ونشرها عبر الحدود ونقل الفكر والعادات الغربية وفق نمط الحياة الأمريكية عبر العالم عن طريق البريد الإلكتروني، والاستفادة من الأمية التكنولوجية في دول العالم الثالث ويابعاد هذه الدول عن مسيرة التقدم والسعي إلى الهمنة والتحكم والإنفراد بالعالم.

ويأتي الإعلام ليلعب في ظل العولة دوره الأكبر في تنفيذ خطط وبرامج المولة في جميع تلك المجالات وعلى سبيل المثال فإن شبكة C.N.N الأمريكية (وهي نظام إعلامي أمريكي متكامل) نصبّت من نفسها فيّماً على صياغة الأحداث في العالم فلا يستطيع جهاز إعلامي في أي دولة أو ليس بمقدور متتبع للقضايا العالمية التحرك دون ترتيب السي إن إن للأحداث كما تبين من الدور الذي لعبته في حرب الخيج الأولى والثانية.

الإعلام العربي وتحديبات العولة:

وعودة إلى أرقام احتكار وسائل الإعلام وصناعة الملومات ومواقع الانترنت لتؤكد على مدى الهمنة الإعلامية الكاسحة للغرب وخاصة أمريكا وبالتالي على نشر برامج العولة في المجالات الثقافية والاجتماعية والقيمية لإخراج ثقافة جماهيرية (عالمية) واحدة بقوالب محددة مسبقة الصنع، كما يظهر عبر انتشار وتسلط المحطات الفضائية مما ستؤثر معه على منظومة القيم الخاصة وتصبح معه نمطأ جديداً من الغزو الفكري الثقافي وخاصة ما يتعلق منها بقيم الاستهلاك.

وفي ظل العولة ودور الإعلام الكاسح فيها تظهر عدة مواقف إزامها ، منها: التسليم بها كقدر معتوم أو الرفض التام لكافة معطياتها وآخرها الموقف الوسط الذي يدعو للتمسك بالهوية مع التطوير والتغيير بما يتمشى مع الخصوصية الحضارية والتراث والقيم الدينية دون اندماج مطلق وتابع للدول المهيمنة، أي النظر لها بموضوعية والإفادة من معطياتها الايجابية فيجب ألاً يحول الصراع القديم بين الشرق والغرب دون النظر للمولة من خلال معايير موضوعية وصحيحة حتى نتمكن من أن





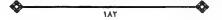
نعرف وننكر بعيداً عن الأحكام العامة والعامية التي لن تمكننا من التعامل معها. بمهارة.

ويتضح مما سبق أن هناك أشكال متعددة ومتنوعة للعولة ولا يوجد عولمة واحدة، ولكن جمعيها تعني الهمنة والسيطرة بكافة الوسائل والإمكانات على العالم وتحويل العالم إلى قرية صغيرة تتحكم فيه دولة واحدة.

خصائص العولة الإعلامية:

تتمثل أهم خصائص العولمة الإعلامية في:

- أصبح الإعلام في عصر العولة يمثل أحد أهم أسس الاقتصاد العالمي الذي
 يفرض شروط ومتطلبات السوق من صراع ومنافسة والسعي إلى تحقيق الريح
 من طرف المؤسسة بصفة عامة والمؤسسات الإعلامية بصفة خاصة.
 - التقدم التكنولوجي والتطور السريع لوسائل الإعلام.
- أصبح الإعلام جزءً من البنية السياسية الدولية ، وأدى إلى تحويل الحدود
 القائمة بين الدول إلى خطوط وهمية.
- الإعلام الذي يعتبر نتاج الثقافة أصبح أحد مكوناتها الأساسية فهو يعمل على نشر ثقافة عالمية كانت في الأصل ثقافة غربية، وهذا ما نلاحظه بوضوح من خلال الفضائيات الإعلامية وشبكة الانترنت وتأثيرها على المحتمعات المختلفة.
 - هيمنة الدول المتقدمة على الإعلام، وتبعية الدول النامية لها.
- يمثل الإعلام أحد أجزاء الاتصال الدولي الذي مكن من عولة مضمونة
 ووسائله.
 - أصبح استخدام الانترنت بمثابة الطريق لسريع للمعلومات.
- يترتب على زيادة العولة قي القرن الحالي ضرورة الاهتمام بالتبؤات
 السياسية، والحكومية والقانونية الدقيقة.

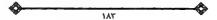




سمات أعلام العولة:

هناك مجموعة من السمات لإعلام العولة وهي كما يلي:

- إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية ومؤهل لتطورات مستقبلية جديدة ومستمرة تدفع بها إلى المزيد من الانتشار المؤثر في المجتمعات المتخلفة، تشكل جزء من البنية السياسية الدولية الجديدة التي تطرح مضاهيم جديدة لسيادة الدولة على أرضها وشواطئها وفضائها الخارجي بما يعرف بالنظام السياسي العالمي الجديد.
- پشكل جزء من البنية الاقتصادية والعالمية التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائدة من صراعات ومنافسات وتكتلات وسعي متصل لتحقيق الربح للمؤسسات التي تحتكرها بحكم انتمائها إلى أكثر من وطن وعملها في أكثر من مجال بما في ذلك صناعة وتجارة السلاح.
- « يشكل جزء من البنية الثقافية للمجتمعات التي تنتجها وتوجهها وتتواجه بها
 ولهذا فأنها يسمى إلى نشر وشيوع ثقافة عالمية تعرف عند مصادرها بالانفتاح
 الثقلية وعند متلقيها للغزو الثقلية.
- ♦ يشكل جزء من البنية الاتصالية الدولية التي مكنتها من تحقيق عولتها وعولة التكنولوجية الأكثر تطوراً في الوقت الراهن والمحتكر بشكل مباشر للشركات المنية تصنيع وسائلها والتي تشكل نسبة ٣٣٪ من قائمة الشركات المائة الأكبر في العالم.
- لا يشكل نظام دولي متوازياً لأن كل مدخلاته ومراكز تشفيله وآليات التحكم فيها تأتي من شمال الكرة الأرضية وهذا مما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليها في مقابل تبعية الدول النامية لها.
- ♦ لا يستند إلى فراغ فثمة اتفاقيات دولية تدعمها منظمات وقرارات تتحدد
 استخدام شبكاتها توزيع طيفه وموجاته السمعية وأليافه البصرية وشه





المباشر وتعريفتها الجمركية للصحف والمجلات والكتب والأشرطة والأسطوانات المدبلجة وأخير وليس آخراً وسائطه المتعددة.

تجليات العولة:

تبرز في المقدمة التجليات المسامية للعولة، والتي تتركز في شمارات الديمقراطية والتعددية واحترام حقوق الإنسان، بالإضافة إلى بروز ظاهرة التدخل سواء في صورته الإنسانية أو في صورته المساسية في مجال العلاقات الدولية، وكل مفهوم من هذه المفاهيم يثير عدد من المشكلات، فإذا أخذنا الديمقراطية مثلاً: هل نظرية الديمقراطية الغربية هي النظرية الوحيدة التي ينبغي اتخاذها ؟ وهل مواثيق حقوق الإنسان العالمية والمفاهيم الغربية لحقوق الإنسان هي المصير الوحيد أم أن هناك تأويلات أخرى ؟، وفيما يتعلق بالتجليات الاقتصادية للعولة، وحتى إذا ما آمنا بأهمية الاعتماد المتبادل، وضرورة تطبيق الاقتصاد الحر، وحرية السوق وهل يجوز أن تترك حرية السوق أشبه بالوحش الذي انطلق بغير قيود حتى يلتهم الدول الفقيرة من خلال القواعد غير العادلة لمنظمة التجارة العالمية؟

فالتجليات الاقتصادية تتمثل باختصار في: تراجع دور الحكومة في توجيه الاقتصاد ونمو الشركات المتعددة الجنسيات التي تهدف إلى الربع بالدرجة الأولى، وبروز الأسواق المالية العالمية، وإذا القينا النظر على تجليات العولة الثقافية فإننا نجد ترويجاً لإيديولوجية العولمة، الدي تقوم أساساً على مبادئ منهب الداروينية الاجتماعية التي تدهب إلى أن البقاء للأقوى، وهكذا في الممارسة تستحق الشركات الكبرى المتوسطة والصفيرة في السوق نتيجة تطبيق سياسات احتكارية، وتننى ممارسات غير شريفة.

فالمولة الثقافية تسمى إلى:

- طمس التراث الثقائي الأصيل للأمم.
- إنتاج ثقافة استهلاكية تخدم النظام العالى الجديد.



أما العولمة الاتصالية ، فتبرز فيها شبكة الانترنت ، ولا ينبغي أن يصرفنا عن التفاعل الخطاط الدريقة المناطقة المن

الانجليزية، ذلك أن التطور التكنولوجي النسارع بالإضافة إلى المبياسات التقاة الفمالة من شأنها أن تدخل ملايين المواطنين في قلب الثورة الاتصالية.

تطور العولة الإعلامية وانتشار أفكار الغرب:

لقد بدء التحول الضخم في أتجاه العولة الإعلامية بدءاً من الثمانينات، حيث كانت البداية بإنشاء فروع لمؤسسات وموزعين لنتجات إعلامية، ثم تطورت مع التوسع الاقتصادي والنمو السكاني، والانفتاح السياسي بين الدول، وقد استطاعت مجموعة من المؤسسات الإعلامية أن تفهم حاجات المجتمع المختلفة للمواد الإعلامية مما ساعدها على تطوير أدوات إيصال هذه المواد مستغيدة من التطور النقني الواسع في ميدان الاتصالات.

ومع نهاية القرن المشرين وحلول القرن الواحد والمشرين بدأت المؤسسات الإعلامية الأمريكية القوية في موطنها في تكوين شركات إعلامية متعددة. المجموعات الاعلامية الكبرى:

- ♦ التايم ويرنر: وهي أكبر مؤسسة إعلامية في العالم، حيث تفوق مبيعاتها ٢٥ مليون دولار ثلثها من أمريكا والباقي من العالم، تملك العديد من الأنشطة الاعلامية المتوعة:
- ٢٤ مجلة (منها التايم ٩) ثاني أكبر دار للنشر في أمريكا شبكة تلفزيون ضخمة واستوديوهات برامج وأفلام، ودور عرض للسينما (أكثر من ١٠٠٠ شاشة) وأكبر شبكة كيبل تلفزيوني مدفوع في العالم.
 - شركات أفلام في أوروبا: والعديد من محلات البيع والتجزئة.
- مكتية ضخمة من الافلام (٦٠٠٠ فيلم) والبرامج التلفزيونية (٢٥ ألف برنامج).





- قنوات تلفزيونية دولية مثل: fnt, hbo, cnn، وللعلم هان عدد مشاهدي
 المحطة الأخبارية cnn في العالم يفوق ٩٠ مليون مشاهد، أما hbo ظديها
 ١,٢ مليون مشترك حول العالم.
- ♦ مجموعة بير تل سمان: أكبر مجموعة إعلامية في أوروبا وثاني أكبر مجموعة في العالم يفوق دخلها السنوي 10 مليون دولار، وتتميز بان لها تحالفات وتعاونات مع المعديد من المجموعات الإعلامية الدولية في أوروبا واليابان ولها العديد من الأنشطة الاعلامية منها:
 - مجموعة من الإذاعات الأوروبية.
 - 10 شركة نشر للكتب بلغات أوروبا المختلفة.
 - أكثر من ١٠٠ مجلة في أوروبا وأمريكا.
- ♦ مجموعة فياكم: وهي مجموعة إعلامية قوية في أمريكا، وربع دخلها السنوي من خارج أمريكا ويمثل ١٣ مليون دولار، ولها نشاط محموم للتوسع الدولي، حيث أنفقت بليون دولار في السنوات الأخيرة للتوسع في أوروبا، ولها تحالفات مع العديد من المجموعات الإعلامية ونشاطها منتوع منه: ١٣ محطة تلفزيونية في أمريكا، إضافة إلى شبكات بث فضائي دولي
- مجموعة ديزني: وهي أكبر متحدي لمجموعة تايمز ووارنر في العولة الإعلامية لها دخل يفوق ٢٤ ملين دولار، ولها حضور قوي في مجال الأطفال بل تعتبر أكبر منتج من مواد الأطفال في العالم، ولها أنشطة متعددة منها:
- استوديوهات أفارم فيديو وبرامج تلفزيونية، شبكة ABC التلفزيونية
 الضخمة في أمريكا، ومحطات تلفزيون وراديو.
 - قنوات تلفزيونية دولية متعددة بالأقمار الصناعية والكابل.
 - محلات تجارية باسم ديزني ومن ذلك ألعاب وترفيه حول العالم.
 - دور نشر للكتب
 - ٧ صحف يومية و٣ شركات لإصدار المجلات.





ولهذه المجموعة تحالفات ومشاركات مع مؤسسات إعلامية في أوروبا وآسيا وأمريكا اللاتينية وكذلك مع شركات بث واتصالات متعددة الجنسيات.

وكالات الأنباء: هي مصدر الأخبار والبرامج المتعددة التي تمد وتفذي القنوات الفضائية لذلك تعد مصدراً للقلق والتوتر هذا ما أثار مناقشات متعددة حول مستقبل الثقافة والخصوصية القومية خاصة في دول المالم النامي والدول الأقل نقدما في أوروبا، فتفوق وكالات الأنباء العالمية من الناحية التكنولوجية يؤدي إلى سيطرة القنوات الفضائية على الخصوصية القومية

ولقد أدى التضوق العلمي والتكنول وجي والتقني لوكالات الأنباء إلى امتلاكها لهياكل البنية الأساسية المتمددة لبناء صرح هاثل للمعلومات، قادر على إعادة الصياغة والتحليل والنشر الفوري، وامتلاك التقنيات الحديثة والخبرات المتوعة لإعادة إنتاج هذه المعلومات وإعادة صياغتها، من خلال الأشكال المتعددة لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنتاج الأخبار والبرامج في صورة تنافسية متعددة المنافسة، لمعالجة الأحداث من جميع جوانبها لجنب المتلقي أياً كانت هويته لتقنعه بالمعديد من المفاهيم، وتستخدم في ذلك العلم والبحث العلمي للتحليل والصياغة والتعرف على قضايا الإنسان في المجتمعات المتعددة لحكم قبضتها على الفكر والشقافة، وتهيئ لها التطور التكنولوجي والتقني والصناعي في المجالات المتعددة وتفيئ لها التطور التكنولوجي والمتني والصناعي في المجالات المتعددة تتنعه بمنطلقاتها الفكرية دون مراعاة لشخصية وعادات وقيم الآخر فهي فتوات تتلك من أهداف دعائية وإيديولوجية خاصة بالدول المصدرة لترويج منتجاتها وعلومها وسياساتها متباهية بتطورها وتفوقها المسكري والصناعي والاجتماعي،

- اسوشيتد بريس: يعمل بها أكثر من ٢٥٠٠ صحفي ومراسل في أكثر من
 ١٢٨ دولة في العالم وتصل أعداد الاشتراكات إلى عشرة آلاف في ١٠٧ دولة.
- رویترز: بعمل بها ۵۰۰ صحفی و ۸۰۰ مخبر ومراسل فی ۱۳ دولة وعدد
 الاشتراکات بها یصل إل ۱۵۰۰ فی آکثر من ۱۵۰ دولة.





- وكالة الأنباء الفرنسية: وتتنشر مراكز إرسالها المتعددة في أكثر من ١٦٢
 دولة في العالم ويصل عدد الاشتراكات إلى ١٢٤٠٠ مشترك في ١٤٧ دولة ويعمل بها ١٩٩٣ صحفى ومراسل.
- يونايت د بريس: يعمل بها ١٠٠٠٠ صحفي ومعد برامج وكاتب سيناريو
 ومراسلون في أكثر من ٥٤ دولة وعدد مشتركيها ٧٠٠٠ في ٩٦ دولة في
 العالم.

من يقود العولة ؟

الواقع أن سعي الولايات المتحدة الأمريكية الحثيث إلى السيطرة على مراكز الإرسال والهوائيات في العالم كان الهدف منه عولة العالم ثقافياً، حيث أعلن المحلل الأمريكي - دافيد روتكوف - صراحة عن النوايا الأمريكية من حيث ضرورة تولي مسؤولية نشر الثقافة الديمقراطية الليبرالية الفربية وإزاحة الثقافات المحلية، وفي أطروحته في مديح الامبريالية الثقافية سنة ١٩٩٧ يقول:

- إن أهم خطوة للعولة هي إزالة كل الحواجز الثقافية، وان على الولايات المتحدة الأمريكية أن تهيم على موجات الأثير، وان تحقق النصر في معركة تدفق المعلومات حتى يمكن أن تكون لها المبيطرة والهيمنة في الوقت الحاضر والمستقبل.
- إن كل الثقافات القومية بما تتطوي عليه من معتقدات ونظم سياسية
 واجتماعية وقانونية وأعراف وقيم لا بد من تغييرها وفقاً لما تعليه الحاجات
 المتغيرة باستمرار.
- إن على جميع الدول إن تتوحد ثقافياً أو على الأقل تتشابه وأن تلغي كل مؤسساتها التقليدية وعليه أن تتقارب وتتعارف على أسس من الديمقراطية الليبرالية والسوق العالمية.



وظائف اعلام العولة:

تشير الدكتورة عواطف عبد الرحمن في مؤلفها "الإعلام العربي وقضايا العولمة" إلى أهم وظائف الإعلام العولى وهي:

- أولاً في ظل صعود الإعلام السمعيصري أصبح هو المؤسسة التربوية والتعليمية الجديدة التي حلت مكان الأسرة والمدرسة والتي تقوم بدور أساسي في تلقين النشء والأحيال الحديدة المنظومة المرفية المنزوعة من سيافها التاريخي للقيم السلوكية ذات النزعة الاستهلاكية ومن خلال هذه الوظيفة بمارس الاعلام أخطر أدواره الاجتماعية التي تتمثل في إحداث ثورة إدراكية ونفسية تستهدف إعادة تأهيل البشر للتكيف مع متطلبات العولمة وشروطها.
- ثانياً تقوم وسائل الإعلام باختراق منظومة القيم الثقافية لدول الجنوب من خلال السلميلات والأفلام وقد نحجت أمريكا في اختراق الأنظمة الثقافية لدول الجنوب وقدمت لشعوبها النموذج الأمريكي كفاية مثلي.
- ثالثاً تقوم وسائل الإعلام باستقطاب النذب المثقفة للترويج لفكر العوالة وإيديولوجيتها عبر الحوارات التلفزيونية والمقالات والمؤتمرات محاولة منها تهميش الثقافات والسياسات الأخرى ويتم أيضاً تكثيف الجهود لمساندة السياسات الاقتصادية الثلاثة الذي يقوم بإدارة اقتصاد المالم "البنك الدولي وصندوق النقد الدولي ومنظمة التجارة العالية".
- رابعاً تشير الدراسات إلى استفادة العولية من استمرار النظام الإعلامي المالي الراهن الذي يتسم بالخلل وأوجه التفاوت الخطيرة سواء على المستويات المحلية والعالمية والتي تتمثل في الانسياب غير المتوازن للمعلومات مع رسوخ الاتجاه الرأسي الأحادي الجانب من الشمال إلى الجنوب من المراكز إلى الأطراف ومن الحكومات إلى الأفراد ومن الثقافة المسيطرة إلى الثقافة التابعة والدول الغنية تكنولوحياً في الشمال إلى الدول الأفقر في الجنوب.





- خامساً تشير الدراسات إلى تزايد أهمية الأدوار التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات في الأنشطة الإعلامية والثقافية ويتجلى ذلك في توظيف وسائل الإعلام الدولية والمحلية كأحزمة ناقلة يتم من خلالها ترويج القيم الاجتماعية والثقافية الغربية ونشرها في دول الجنوب، مما يتصبب في إحداث بلبلة واضطراب شديد في منظومة القيم المهزة لثقافات الشعوب.
- سادساً يقوم الإعلام بدور أساسي في ترويج السلم والخدمات التي تقدمها السوق العالمية من خلال الإعلانات التي تتضمن معتوياتها قيماً وأنماط للسلوك الاستهلاكي تستهدف الدعاية للسلم الأجنبية مما يلحق الضرر بالاقتصاديات المحلية علاوة على التأثير السلبي للإعلانات على حرية الإعلام والصحافة في دول الجنوب.
- سابعاً تروج وسائل الإعلام العولية حول ما يسمى بالقرية الاتصالية العالمية باعتبارها أبرز ثمار التكنولوجيا المعاصرة والذي يعني في جوهره إحاطة الجماهير في كافة إنحاء المعمورة بكل ما يدور في العائم من أحداث وأفكار وصراعات وانجازات بشرية، وان يتم ذلك بشكل يتسم بالموضوعية والتكامل والمصداقية بحيث يخلق معرفة شاملة وحقيقية بما يدور في الكون.

نفوذ إعلام العولة:

- استطاع إعلام العولة أن يكفل محيطاً ثقافياً واسعاً ونظرة أشمل إلى العالم
 وعمقاً في الاتصال الإنساني وبذلك استقطب الملايين عبر رسائله المبسطة في
 عالم ملىء بالتعقيدات.
- استطاع الإعلام في عصر العولة أيضاً أن يعيد تشكيل العالم في صورة محسوسة بعد أن سيطرت وسائله على الزمان والمكان وصار المشاهد يجد نفسه في أي نقطة في العالم، وهكذا استطاع إعلام العولة عبر وسائله بناء علاقة جديدة مح المالم والـزمن ليكتشف الإنسان أن المالم المترامي





- الأطراف يمكن أن يختصر فيه المسافات والفروق الزمنية ليصير كرة معلوماتية بعد أن كان في مرحلة سابقة قرية الكثرونية صفيرة.
- استطاع في عصر العولة أن يوفر لوكالات الإعلان العولية المناخ الملائم لنشر قيم المجتمع الاستهلاكي التي تعارض الثقافة جديدة على شعوب تحاول أن تحتفظ بذاتيتها وخصوصيتها الثقافية.
- استطاع إعلام العولة بقدراته التكنولوجية الهائلة أن يضعف من نظم الإعلام الوطنية ويزيد من تبعيتها له لتتقل منه ما يجود به عليه من صور ومعلومات وإعلانات.
- استطاع الإعلام في عصر العولة أن يحل العلاقات الدولية إلى بحر من الأمواج
 المتلاطمة فأحدث تأثيرات من الصعب تقييمها في الوقت الحاضر فالواقع
 يؤكد أن عمليات التوظيف والتعتيم والتضليل والتحريف والتشهير لخدمة
 أغراض قوى عظمى أصبحت مسائل واضحة للعيان وأثرت بدورها في العلاقات بين الدول.
- استطاع الإعلام في عصر العولة إن يدفع بالإنسان خطوات واسعة في طريق السلوك الاستهلاكي ذلك أن الاستخدام الواسع للإعلان الدولي عبر وسائله في مجال التسويق السلمي والخدمات أدى إلى خلق طلب واسع على هذه السلع حتى في بلاد لا تسمح الدخل فيها بتبني أنماط الثقافة الاستهلاكية والنتيجة الطبيعية انخفاض معدلات الادخار في مثل هذه الدول وبالتالي امتصاص جزء كبير من فضائلها الاقتصادية على الرغم الحاجة الماسة إليها.

عولة الرسالة الإعلامية:

كثيراً ما نسمع اليوم عن ظاهرة "العولية" ونتائجها وآثارها في الجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ولا يمكننا أن نفض النظر عما يجري تحت مظلة هذه الظاهرة العالمية حتى وإن كنا ممن يخالفون أو ممن لا يؤمنون بالعولة



كظ اهرة أخذت تضع بصماتها حتى على ما يمارسه الأفراد يومياً ناهيك عن الجتمعات التي انجرّت وراء هذه الظاهرة العالمية.

أما عن الإعلام، فما هي العلاقة بين العولمة والإعلام؟ هل أن الإعلام العالمي تأثر بالعولمة؟ أم أن العولمة هو انعكاس لظاهرة الإعلام العالمي الذي حمل الرسالة السياسية والاقتصادية والثقافية عبر وسائلها التقنية ؟

الحقيقة هي أن كلا الظاهرتين متلازمتان لا يمكن أن ينفك احدهما عن الآخر على الأقل في عائداً المدهما عن الآخر على الأقل في عائداً المعاصر الذي طوى شوطاً من الزمن توسعت فيه دائرة العولة من ناحية وكثرت وتشعّبت وسائل الإعلام فيه من ناحية أخرى.

وقد أثّرت العولة ويحد كبير على الأنشطة الإعلامية في عالمنا المعاصر ولا تخلو اليوم أي ظاهرة من ظواهر الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلا ولعبت فيها وسائل الإعلام دوراً يكاد أن يكون الأهم حتى بالنسبة لما تحتويه هذه الظواهر من معنى في المجتمعات المختلفة.

في مقدمة كتابه أكد البروفيسور أبو المينين أن الكثير من الباحثين من بعدة بأن عولة الأنشطة الإعلامية "مثل أهم تطور أعلامي في المقدين الأخيرين من القرن الماضي، وأن هذا التطور سوف يحدد مسار هذه الأنشطة طوال سنوات القرن المحالي، فضلاً عما بمثله ذلك من أهمية وتأثير في أنظمة الإعلام الوطنية في دول المالم" ولكن هناك أيضاً ملاحظات مهمة في هذا المجال لا بد أن توخذ بعين العالم، وهي:

⁽١) الدكتور أبو المينين يحمل شهادة الدكتوراه في الإعلام من جامعة الأزهر عام ١٩٨٦ وهو الآن عميد كلية الألسن والإعلام في جامعة مصر العربية ورئيس قسم الصحافة ومستشار التدريب الإعلامي بممهد الأهرام الإقليمي للصحافة، وقد أنتج بجانب الأبحاث المختلفة والكثيرة في المجال الإعلامي، كثباً منها: "مقدمة في وسائل وأساليب الاتصال (١٩٩٧)"، "الوظيفة الأخبارية لوسائل الإعلام (١٩٩١)"، "الاتصال وبحوث التأثير (١٩٩٥)"، "الصحافة الطالية: مسح لوسائل الإعلام في المالم (١٩٩١)"، "قوانين الصحافة في الأنظمة الإعلامية الماصرة (١٩٩١)".



أولاً: أن عولمة النشاط الإعلامي لم تتحقق بعد بالصيفة التي ريما تكون قد استقرت لدى الكثيرين.

ثانياً: إن ما تحقق عينياً هو عولة الرسالة الإعلامية بفضل سقوط الحواجز وهي ظاهرة "تقنية" أكثر من كونها ظاهرة سياسية أو ثقافية على الرغم من تأثيراتها السياسية والثقافية.

ثالثاً: إن درجات استجابة الأنظمة الإعلامية الوطنية للتغييرات التي تقرضها عولة صناعة الإعلام متفاوتة إلى حدود بعيدة، الأمر الذي ينفي بشدة حقيقة أن
تكون العولة سمة أساسية لأنشطة وسائل الإعلام عبر مناطق العالم المختلفة
في الوقت الراهن.

رابعاً: إن عولـة النشاط الإعلامي، حيث توجد الآن ليست ظاهرة حديثة تتمي للعقدين الأخيرين من القرن الماضي، ولكنها تمبير عن تطور تاريخي تمتدّ جذوره إلى القرن التاسع عشر، وإن كانت خطاها قد تسارعت في الربع الأخير من القرن العشرين.

وقد كشفت المارسات المختلفة في سنوات الثمانينيات والتسعينيات من القصرن العشرين عن دوريان أساسيين قامت بهما وسائل الإعالام في المنظومة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية العالمية، وهو الدور الاقتصادي حيث تلعب فيه وسائل الإعلام دوراً مهماً، فقد أصبحت العولة الإعلامية تمثل قيمة اقتصادية هائلة ومتنامية وبخاصة في ظل اقتصاد المعلومات الذي أصبح المهمة الأساسية للاقتصاد العالمي، حيث بلغت استثمارات صناعة المعلومات تريليوني دولار عام ١٩٩٥، وفي نهاية القرن (عام ١٩٠٥) بلغت ٢ تريليونات دولار سنوياً بعد إن كانت هذه الاستثمارات لا تتجاوز ٢٥٠ مليار دولار عام ١٩٨٠، وثانياً الدور الإيديولوجي الذي يوفر بيئة معلوماتية وإيديولوجية لدعم الأسس السياسية والاقتصادية والمعنوية لتسويق السلع والخدمات وتطوير نظام اجتماعي قائم على تحقيق الربح عبر الثقافات الوطنية المختلفة.



مفهوم العولة في بحوث الإعلام:

هذا المفهوم باعتقاد توسو في كتابه المعروف "الإمبراطورية الالكترونية": الإعلام العالمي والمقاومة المحلية" والإعلام العالمي والمقاومة المحلية" (١٩٩٨) يمثل آحد المفاهيم الحديثة في الدراسات الاجتماعية بوجه عام بالرغم من كونه مفهوماً أقدم بكثير في مجالي الدراسات الإجتماعية.

ويصورة عامة فان دراسات العولة في العلوم الاجتماعية تتسم بالتركيز على ظاهرتين أساسيتين، تحتل وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون فيهما مكانة متميزة: أولاً - الوسائل التي يسرّت بها الشركات متعددة الجنسيات عولمة رأس المال والإنتاج.

ثانياً - الثقافة المالمية الناتجة عن ظهور نمط من الشركات متعدة الجنسيات يمتلك ويهيمن على وسائل الإعلام الجماهيرية مما سبب ظهور نمط من الثقافات والإيديولوجيات ذات التوجه الاستهلاكي.

وتخضع أدبيات البحث في ظاهرة العولة أيضاً للعديد من التصنيفات تؤكد بمضها على أنها أحادية السبب mono-causual والأخرى متعددة الأسباب multiبعضها على أنها أحادية السبب mono-causual والأخرى متعددة الأسباب الطاهرة شديدة التعقيد مثل العولة وهو تصنيف رياعي يرتكز على تمايز الاتجاهات التالية:

أولاً مدخل النظم العالمية The World System Approach : وهو يبنى على التمييز بين دول المركز وشبه المحيط والمحيط من حيث طبيعة دور هذه الدول في تقسيم العمل الدولى الخاضع اسيطرة النظام الرأسمالي العالمي.

ثانياً - النموذج الثقافي العالمي Global Culture Model: ونشأ هذا النموذج من البحوث التي تناولت عولة الثقافة ، ويهتم هذا المدخل بالمشكلات التي تسببها ثقافة متجانسة مرتكزة على وسائل الإعلام، ويخاصة التلفزيون.

ثالثاً - نماذج المجتمع الدولي Global Society Models: ويعتقد اصحاب هذه النماذج بأن المجتمع العالمي تاريخياً قد أصبح حقيقة في العصر الحديث فقط،



وأن العلم والتقنية والصناعة والقيم العالمية المتنامية أوجدت عالماً مختلفاً عن أي عصر من عصور الإنسان السابقة.

رابعاً - مدخل الاقتصاد السياسي Political Economy: ويرتكز هذا المدخل على افتراض أن ديناميكيات الصناعات المنتجة للثقافة يمكن فهمها في ضوء الحتمية الاقتصادية، وينتمي هذا التوجه إلى الفلاة من الماركسيين النين يعتقدون بأن ظاهرة العولمة هي نتاج هيمنة القوى الرأسمالية على التطور الاجتماعي والثقافي السائد عالمياً، وفي هذا المجال تمثل وسائل الإعلام ركناً أساميا في تفسير هذا المدخل لظاهرة العولمة.

وهناك من يشير إلى "ثمة علاقة وثيقة ريطت بين عولة النشاط الإعلامي وتصدير الرأسمالية التجارية عبر تطورهما التاريخي، وأن تلك العلاقة هي التي تحكم التطورات الراهنة والمستقبلية في صناعة الإعلام من دون أن ينفي ذلك تدخل عوامل أخرى" ويدعم هذا الافتراض العوامل التالية:

- التزامن بين ظهور النشاط الإعلامي خارج الأسواق الوطنية الرأسمالية وتصدير الرأسمالية الصناعية والتمدد التجاري في الأسواق الخارجية.
- ٢) الاختلاف الموجود في عولة الأنشطة الإعلامية التي تطرح على الصعيد المالي
 وتتعكس في الأنظمة الإعلامية الوطنية الغربية.
- ٣) خضوع أكبر نسبة من الأنشطة الإعلامية الدولية لعدد من الشركات العالمية
 العملاقة ونمو الشركات الإعلامية العالمية تبعاً لنمو تلك الشركات.
- ع) وحدة العمل والمنشأ للشركات العالمية العملاقة مما يشير على انسجامها في الأصعدة الختلفة.
- ٥) تماثل التوزيع الجغرافي للمستوى الذي تحقق من عولمة الأنشطة الإعلامية مع توزيع الاستثمارات التجارية والصناعية للشركات العالمية متعددة الجنسيات مما يدل على إنهما حقيقة واحدة.
- آ) الاختلاف في تأثير النشاط الإعلامي عبر الوسائل الإعلامية المختلفة، فصناعة التلفزيون مثلاً هي الأكثر تأثراً بسياسات العولة.



ويستخلص من هذا الافتراض نتيجة مهمة وهي "إن الطابع التاريخي لظاهرة العولمة ينفي عنها صفة الاستمرار باعتبارها مرحلة تاريخية مرتبطة بالقوى الداعمة له ما يفسح المجال أمام العوامل الوطنية سياسية كانت أم افتصادية أم ثقافية، للتعامل مع هذه الظاهرة" وهذا يعني من جهة أخرى أن عولة النشاط الإعلامي ستزول أو ستتغير إذا تغيرت معالم التجارة العالمية وان تكامل الاقتصاد الوطني سيلعب دوره في تعديل الأنشطة الإعلامية لصالح الشعوب خلافاً لما تريده الشركات العالمية المتعددة الجنسيات.

وهناك حقيقة مهمة يجب الإشارة إليها في تجارب الثمانينيات والتسعينيات حول الاعتبارات الجيوبوليتيكية (ألم المؤثرة على عولة النشاط الإعلامي، حيث أن قوى السوق قد أصبحت الوسيلة المالية الأساس لتنظيم الأنشطة الاتصالية، وأن المبادئ والقيم غير المرتبطة بقوى السوق يتناقص دورها في تنظيم صناعة الاتصال وبالرغم من أهمية هذه الحقيقة في تنظيم العلاقة بين السوق العالمية وعولة الإعلام فأن الاعتبارات الجيوبوليتيكية تؤثر تأثيراً جاداً في تنظيم هذه العلاقة فهذه العلاقة لا تعمل بدرجة واحدة عبر مناطق العالم المختلفة متأثرة بالاعتبارات الجيوبوليتيكية ووأثارها في المراحل المختلفة.

ولأهمية هذه الحقيقة فان الإستراتيجية الجديدة للشركات العالمية هي أن تصل إلى قطاعات معينة من السكان داخل الأسواق الوطنية، إن الوصول إلى هذه القطاعات تبدو وكأنها المسؤولية الحقيقية لوسائل الإعلام العالمية.

⁽١) الجيوبوليتيك.. في معناه البسيط يعني: علم سياسة الأرض"، أي دراسة تاثير المعلوك السياسي في تغيير الأبعاد الجغرافية للدولة، ويتداخل هذا المفهوم مع مضمون علم الجغرافيا السياسية الذي يعنى بدراسة تأثير الجغرافيا (الخصائص الطبيعية والبشرية) في السياسة.

ولدى البعض فإن الجغرافيا السياسية تدرس الإمكانات الجغرافية المتاحة للدولة، بينما الجيوبوليتيك تعنى بالبحث عن الاحتياجات التي تتطلبها هذه الدولة لتتمو حتى ولو كان وراء الحدود، وبينما نشغل الجغرافيا السياسية نفسها بالواقع فإن الجيوبوليتيك تكرس أهدافها للهستقبل.





ففي الأقطار العربية على سبيل المثال، يعتقد بأن العوامل السياسية هي المحدد الرئيسي لمدى استجابة الإعلام العربي للتحديات التي تفرضها عولمة الأنشطة الإعلامية، فلا يخلو أي قطر من هذه الأقطار من هيمنة الدولة على واقع الإعلام ومستقبله مما تحد كثيراً من خطى الإعلام العربي للتفاعل مع الأنشطة الإعلامية العالمة.

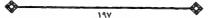
أما بالنمبة إلى تأثير العولة على اتجاهات البحث الإعلامي ثم تصنيف بحوث الإعلام المرتبطة بقضايا العولة إلى تيارين أساسيين:

 أ) تبار يحاول رصد التغييرات التي جاءت بها الأنشطة الهادفة إلى عولمة صناعة الإعلام وتأثيراتها.

ب) تيار يحاول رصد تأثيرات تقنية الاتصال الحديثة على صناعة الإعلام.

فعلى الرغم من اهتمام بحوث الإعلام برصد الخطوات التي قطعتها صناعة الإعلام في سبيل تحقيق سوق عالمية للأنشطة الإعلامية المختلفة، ولكنه يمكن رصد العديد من الدراسات خلال سنوات التسعينيات التي تمثل تياراً مناهضاً لظاهرة عولة الأنشطة الإعلامية وتقسيم هذه الدراسات إلى اتجاهين:

- ♦ الاتجاه الأول: وهو اتجاه يبدي الكثير من التحفظات على عولة الأنشطة الإعلامية التي يتم من خلالها تجاهل المصالح الوطنية، وإنهاك اقتصاديات الطبقات الوسطى في المجتمع، وإضعاف قدرات المجتمعات المحلية على الإبداع والابتكار في ظل المنتجات الثقافية الجاهزة التي تقدمها وسائل الإعلام إلى الجمهور، ولكن يجب أن نؤكد هنا على أن تأثير هذا الاتجاه ضميف في مواجهة قوى العولة وما تحققه يوماً بعد يوم على أرض الواقع.
- الاتجاه الثاني: وهو الاتجاه الذي يقبل بوجود عولة الأنشطة الإعلامية مدفوعة بدوافع الربح المادي، وهذا الاتجاه هو أقوى الاتجاهات المناهضة لعولمة الأنشطة الإعلامية مدواء في مجال البحوث أم في مجال التحركات الاحتماعة الفعلية.





أنعاد العولة الإعلامية:

أ- الأيماد الاقتصادية:

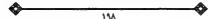
نستطيع القول إن الإعلام يكاد يخضع للنظام الرأسمالي الذي يعتمد على المنافسة من أجل تحقيق الريح، ومن ثم فشركات الإعلام تهتم بـ:

- ارتفاع أهمية الشركات المتعددة الجنسيات، حيث يقدر عددها بـ ١٠ ألف شركة في العالم، وهي تابعة للمجموعات الإعلامية، وتفرض هذه الشركات نفوذها على مراحل صنع الخبر، كما أنها تقرض سيطرتها على وسائل الإعلام المختلفة، ونجد أن معظم هذه الشركات تابعة للدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، أوروبا... حيث تبلغ إيراداتها أكثر من نصف الناتج الإجمالي العالمي، أما الخمممائة (٥٠٠) شركة التي تعتبر المهيمنة في هذا المجال، فتبلغ إيراداتها ١٤٪ من الناتج المحلي العالمي.
- زيادة الأهمية الاقتصادية للإعلام: حيث كلفت صناعة الاتصالات لسنة
 1990 ألف مليار دولار، تزداد هذه التكلفة كل خمس سنوات بألف مليار
 دولار حسب التقديرات الواردة.

ب- الأبماد التكنولوجية:

تكامل وسائل الإعلام المختلفة واندماجها فيما بينها، فتكنولوجيا الاتصال التي تتميز بالتفاعلية، واللاجماهيرية، تسمى إلى تحقيق القدرة على تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، والخروج من نطاق العمومية إلى الخصوصية في توجيه الرسالة، كما تتميز هذه التكنولوجيا ب:

- التخلص من قيود الزمن، حيث أصبح بالإمكان إرسال أو استقبال أي رسالة في أي وقت.
 - انتشار وسائل الإعلام، واتساع مجال استخدامها.
 - الفاعلية المتزايدة لوسائل الإعلام بسبب ما تبثه من أخبار وهذا يؤدى إلى:





- ♦
 - وسيح نطاق التغطية الأخبارية، وانتشار المراسلين في مناطق الحدث ونقله
 مباشرة.
 - ارتفاع عدد قنوات الأخبار.
 - ♦ توظيف بنوك الملومات مما يؤدي إلى تحسين الأداء المهني للوظيفة الأخبارية.
 - تزايد أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال منذ الثمانينات، بسبب:
 - التحول من المجتمع الصناعي إلى المجتمع العلوماتي.
 - التحول من الاقتصاد المحلى إلى الاقتصاد العالمي.
 - الاهتمام بالتخطيط الاستراتيجي.
- التحول من النظم المركزية إلى اللامركزية، ومن الاعتماد على التبعية
 إلى الاعتماد على الذات.

ج- الأبعاد السياسية:

تتمثل في إلفاء الحدود القائمة بين الدول، ولهذا بالفعل آثار سلبية على النفوذ وسيطرة الدولة، وفي المقابل تقوم الشركات المتعددة الجنسيات القائمة على المناضة بأخذ هذا الدور لكونها نتمتع بقدرات مالية وتكنولوجية هائلة.

د- الأبعاد الإعلامية:

إن إعلام العولة لم يعد يعني نقل المعلومات والأخبار بالمعنى الضيق وإنما أصبح يعني خلق فهم جديد للعملية الإعلامية التي تتحكم فيها مناهج العلوم الحديثة، كما انه (الإعلام) اتخذ أكثر من هدف على مستوى المضمون الدعائي والمضمون النفسي، مما يفسر استخدام الدول المتقدمة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية للبث الفضائي كونه وسيلة للدعاية والحرب النفسية، فقد سئل الرئيس الأمريكي الأسبق بيل كلينتون هل السلاح الأكثر فاعلية هو القنبلة النرية أم الفنيلية الإعلامية وأدوات الاتصال في مجال فهمنا للعالم، ولاشك أن الفاكس والهاتف المحمول وعلى وجه الخصوص أجهزة الكومبيوتر قد غيرت العالم تفييراً جوهرياً، ومما لاشك فيه انه





يمكن استخدام الإعلام لتضليل الرأي العام حتى لا تعرف الحقيقة، ولعل مثالاً بارزاً لذلك ما أدت إليه سيطرة الرئيس- ميلوزوفيتش- الرئيس اليوغوسلافي الأسبق على وسائل الإعلام من إخفاء لحقائق التطهير العرقى عن الشعب الصربى ذاته.

الأثار الاجتماعية والثقافية:

يرى جون الترمان أن استجابة الفرب للثقافة الرأسمالية التي يطرحها عصر العولمة أخذت شكلين، أولهما: رفض المعتقدات والقيم الرأسمالية، دون تبني جوهرها، وهو ما أطلق عليها عولمة الأسلوب، والذي يتم فيه استهلاك السلع دون تبنى القيم المرتبطة بها، ويرتبط بذلك أمران، أولهما: إن الجماعات المحافظة والاسلامية، تتوسم في استخدام التقنيات الجديدة ولا تتحفظ على هذه التقنيات ذاتها، ولكنها تتحفظ على المضامين التي تحملها، وثانيهما: أن استهلاك قيم الأسلوب المعولم يتم في السياق المام للثقافة الوطنية، وبالتالي فتأثيره محدود في المجال الاجتماعي والثقافي، فقد أظهرت دراسة أجريت على المجتمع الكويتي أيضاً انه لا توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الانترنت واتجاهات أفراد المجتمع الكويتي نحو التغيير أو تكوين آراء اتجاه القضايا المحلية، كما أظهرت دراسة انثروبولوجية أجريت على الريف المفريي انه على الرغم من أن التعرض لوسائل الاتصال قد خلق تطلعات لدى الشباب في قرى الريف المغربي، إلا أن الشباب لا يرى تناقضات بين التقاليد والقيم التي يعيشون في كنفها مع أساليب الحياة الحديثة التي تعرضها عليهم وسائل الاتصال والإعلام، وإنهم حريصون على القيم التقليدية الأساسية لمجتمعاتهم، في الوقت الذي يأملون فيه من جني ثمار الوفرة والإثارة الذي تعدهم به مضامين وسائل الاتصال.

الآثار السياسية:

لاشك أن التقنيات الحديثة قد وفرت للمواطن العربي مصادر وفيرة ومنتوعة للمعلومات والأخبار، وأتاحت لبعض المواطنين العرب بصفة خاصة ومواطنين الدول





النامية بصفة عامة أن يكونوا آراء واتجاهات نحو بعض القضايا الشارة دولياً وإقليمياً ومحلياً، ولاشك أيضاً في أن بعض القنوات الفضائية وبعض مواقع الانترنت قد أتاحت للمواطن العربي خطاباً سياسياً حراً مخالفاً للخطاب السياسي الحكومي الموجه، وأتاحت لحركات سياسية مختلفة وبعضها معارضة حرية التعبير عن نفسها وعن أفكارها بعيداً عن القبود والرقابة الحكومية، وإذا كان بناء المعرفة السياسية وتكوين الاتجاهات السياسية شرطين للمشاركة السياسية.

وقد أثبتت إحدى الدراسات العلمية في الدول الأفريقية مثلاً إن ثمة علاقة ارتباطية ذات مغزى بين الاستماع للراديو والتحول إلى الديمقراطية ومقياس الحقوق السياسية، وان ثمة علاقة بين انتشار الصحف اليومية والممارسة الديمقراطية، ولكن لم تجد ارتباطأ ذا مغزى بين تقنيات الاتصال والديمقراطية، بسبب هيبة الحكومات الأفريقية على هذه التقنيات.

وية الخلاصة فان عولة الإعلام أصبحت من القضايا التي يدور بسببها جدل كبير بين الباحثين والمتهمين بقضايا الإعلام والسياسة والثقافة، وقد وجدنا مؤيدين ومعارضين لها، حيث يرى المؤيدون أنها تدفق حر للمعلومات، أما المعارضون فينظرون إليها باعتبارها نفياً للتعدد الثقلية، ويفض النظر عن التيارين، هناك حقيقة مؤكدة هي أن الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال والمعلومات تشكل عاملاً أساسياً في نشر العولة، لكن يجب علينا أن ندرك أن العولة ليست حقيقة تاريخية وأنها نشات في رحم المنظومة الرأسمائية، لذلك يجب علينا أن نتعامل مع العولة بايجابياتها وسلبياتها.

الخاطر السلبية للعولة:

الواقع أن هناك آثار سلبية مختلفة للعولة سواء على المستوى السياسي والاقتصادي والثقلية، خاصة في ظل التقدم الهائل لوسائل الاتصال لم يعد من المبالغة القول بأن العالم أضحى قرية صغيرة يمكن للقاطن في أي من أطرافها معرفة ما يحدث في الطرف الآخر، وهناك دولة واحدة كبرى تنضرد بقيادة العالم وتمتلك



موارد اقتصادية هائلة وتميش نشوة انتصار فلسفتها وإيديولوجيتها بعد انهيزام الإيديولوجية المقابلة مم انهيار الإتحاد السوفييتي ومنظومته الاشتراكية وعقيدته الشيوعية مع الاعتقاد بسمو تلك الثقافة.

وامتنا العربية أدهمتها ظروف العولة وهي في أضعف حالها بحاجة إلى إدراك مخاطر العولة وجوانيها السلبية والنتيه إلى مخاطرها المتعددة وأهم هذه المخاطر:

١) المخاطر السلبية للعولم الاعلامية:

- أ- انهيار السيادة القومية للإعلام في ظل انهيار المفاهيم التقليدية حول القومية الحديثة مثل السيادة على الفضاء والحدود وصنع السياسات الإعلامية وظهور تقسيمات جديدة للعالم.
- ب- اعتماد دول الجنوب بشكل أساسي على البرامج الإخبارية والإعلانات والحوارات والمملسلات والأفلام خاصة الأمريكية وقد ترتب على ذلك زيادة اليمنة الاتصالية لدول المركز المتحكمة في العولة على دول الأطراف.
- ج- تدفق الثقافة والمفاهيم والأفكار وعادات وسلوكيات ومعلومات غربية جديدة إلى دول المالم بالا حواجز ولا ضوابط وفي إطار تنافسي تجاري بين الشركات المتعددة الجنسيات
- د- زيادة الفجوة الاتصالية بين الشمال الفني والجنوب الفقير على مستوى العالم بين الريف والحضر داخل دول الجنوب مما أدى إلى تزايد الخلل في التدفق الإعلامي والملوماتي من طرف الشمال الغني إلى الجنوب الفقير وترسيخ الأنماط التقليدية السلبية والمتحيزة في مسريان وتدفق الأنباء المبتورة المشوهة عن دول الجنوب والتي تعتمد إغفال كافة الإنجازات التنموية التي تحققت في تلك الدول.
- ه- تحويل دول الجنوب إلى سوق للاستهلاك الإعلامي والإعلاني نتيجة لتركز تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في دول الشمال.



٢) الخاطر السلبية للعولة الثقافية:

أ- هيمنة الثقافة الغربية:

معظم الإنتاج الإعلامي والثقافي ومعظم معتوى شبكات الإنترنت هو نتاج غربي أمريكي، فهي القادرة على استثمار النقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال والإعلام، وهذه المنتجات الإعلامية تحمل فكراً محدداً وتمبر عن ثقافة معينة من ثقافتهم الخاصة بكل ما تحمله من قيم وعادات وتقاليد وأنماط سلوك، والغرب هو الذي يسيطر على أغلب قنوات البث الفضائي وعلى محتوى شبكات الإنترنت وعلى أكبر دور الصحف والمجلات ودور النشر ووكالات الأنباء، فالعولة تبدو في المجال الثقافية اتجاه إلى إعادة صياغة المالم وفق ثقافة معينة هي الثقافة الغربية الأمريكية بوجه خاص، أي أن العولة الإعلامية لها تأثير ثقافي هام وهو تصويق ثقافة جديدة مغابرة لثقافتنا العربية.

ب- زعزعة منظومة القيم الاجتماعية:

ومنظومة القيم الاجتماعية تتمثل في المقائد والقواعد العامة التي وتحرص كل أمة على حماية هذه القيم ووسائل الإعلام العللية تبث أفكار وآراء وتصورات منافية ومختلفة مع عقائدنا وقيمنا ، وتترك آثار سلبية في إدراك ووعي ووجدان المتلقين وبالتالي تشكل خطراً على إدراك الشباب ومعتقداتهم الأصلية ووعيهم بقيمهم نتيجة لبث قيم بديلة تشفل عقولم وفكرهم

ج- تهديد لفتنا العربية:

وتمثل ملامح هذه الأزمة في الإقصاء المستمر للغة المربية بمظاهر شتى منها: انمىحاب اللغة المربية من حياتنا اليومية وفي أجهزتنا الإعلامية الرسمية وغير الرسمية.

وفي ظل ظروف العولة ستعمق الأزمة التي تعيشها لفتنا يتم التبشير بالفلسفة الليبرالية الفربية باعتبارها النموذج الأرقى لأصلوب الحياة الإنصائية، ومعظم شبكات الإنترنت تبث باللغة الإنجليزية وبالتالي يؤدي هذا إلى إعلاء شأن اللغات الفربية على حساب لفتنا المربية.



٣) المخاطر السلبية للعولة في المجال السياسي:

إضعاف سلطة الدولة الوطنية:

حيث أن التقدم الهائل في الاتصالات والملومات فرض واقعاً جديداً أصبحت فيه قدرة الدولة على فرض سياح حول نفسها ومجتمعها أمراً مستحيلاً.

محاولة فرض نظام سياسي معين على العالم:

لابد من الإشارة هنا أن النظام السياسي الفربي حقق المجتمعاته الخير والفائدة الكبيرة ولكن هذا النظام لا يمكن أن يكون مناسباً لكل المجتمعات فكل مجتمع له ظروفه وثقافته الخاصة به والتي لا تتناسب مع النظام الغربي والذي هو ليس هدفه تحقيق الخير والتقدم لباقي المجتمعات بقدر السعي إلى تخلفها وإضعاف نظامها فهو لا ينطلق من دوافع أخلاقية.

♦ محاولة إملاء سياسة معينة على العالم:

فمن خلال ترويج وسائل الإعلام لأفكار ومفاهيم ومبادئ حق تقرير المسير والشرعية الدولية واحترام حقوق الإنسان يتم السيطرة والهمنة على الدول الفقيرة، حيث يتم تطبيق هذه المبادئ وفقاً للمصلحة الفربية محاولة منها السيطرة والهمنة على دول العالم، فمن خلال الشرعية الدولية ثم حصار العراق وليبيا والسودان وباسم الشرعية تم احتلال العراق وغزو أفغانستان، حيث يتم استغلال ظروف العولة الإعلامية لإملاء سياسات معينة يتم فرضها على العالم لتحقيق مصالح دول كبرى.

٤) الأثار السلبية للعولمة في الحياة الاجتماعية:

أ- الترويج للنمط الغربي من أساليب الحياة والسلوك:

حيث أن لكل مجتمع أسلوب حياته الخاصة ونمط مميز للسلوك وله عاداته وتقاليده ولابد من حصول التأثير والتأثر بين المجتمعات وتلك سنة الحياة، ويبرز هنا عامل مهم من عوامل التأثير وهو ناتج عن سطوة الأجهزة الإعلامية وتأثيرها البالغ على سلوك الأفراد بما تملكه من وسائل الجذب والإبهار المغربة خاصة القدرات التي تملكها الشركات الفريية العملاقة والأمريكية خصوصاً، حيث تبث مواد



إعلامية هي نتاج للواقع الاجتماعي الغربي وتمثل قيمه وتعبر عن سلوك ذلك المجتمع وأنماط حياته، وهذه المواد الإعلامية تحمل مضامين هدّامة منافية لقيمنا وأحلامنا وتكرس قيماً سلبية متناقضة مع قيمنا وسلوكياتنا.

ب- تعميق التفاوت الاجتماعي:

حيث زادت معدلات الفقر والبطالة في كثير من دول العالم نتيجة لظروف العولم نتيجة لظروف العولة بالموالة في العولة في العولة في العولة في العولة المؤون الاقتصادية وحتى لو سمحت ظروف العولة للشركات الأجنبية بالاستثمار للدول الفقيرة لتحسين ظروف العمل والعمال فتلك الشركات لا يتوقع منها تحسين الطروف الاقتصادية والميشية ، ولن تتمح العمال إلا الحد الأننى من الأجور.

ج- إيقاف الانتماءات الأولية:

حيث أن الظروف التي جاءت مصاحبة للعولة من إشاعة الديمقراطية الليبرالية والدعوة إلى حق تقرير المصير واحترام حقوق الإنسان، قد فتحت المجال أمام دعوات إيقاف الانتماءات الأولية للظهور وأزالت الحواجز التي كانت تحول دون بروزها، أو أن إضعاف سلطة الدولة في ظل ظروف العولة يفتح المجال لاستيقاظ الدعوات لتلك الانتماءات التي ربما تكون مكبوتة.

٥- الآثار السلبية للعولمة في الحياة الاقتصادية:

تتمثل هذه الآثار في التحيز والظلم وعدم المدل ، ويبدو هذا جليا في المظاهر الآتية :

إضعاف الدولة ، وتدمير الصناعة المحلية ، وعدم الاستثمار فيما ينفع ، والتحيز والكيل بمكيالين ، وتخفيض الأجور ، والبطالة ، والتدهور البيئي.

١- إضماف الدولة: تـودي العولـة إلى إضماف سـيطرة الدولة القطرية بكـمـر الحـدود وانخفاض التوظيف ووظـائف للعمالـة المـاهـرة وتخفيض الأجـور، وقـد أصبح لشركات العولـة العملاقة نفوذ كبير في إسـقاط الحكومات، وافتحال الانقلابات وتحريك الأزمات، وضرب الاقتصاديات المستقلة، وهي تتجه تــريجياً





إلى تحويل المجتمع البشري إلى مجتمع مستعبد مدجن بواسطة وسائل الإعلام والدعاية الإعلانية الاستهلاكية، فالعولة تعمل على الاستعباد فتحول دون حصول الأفراد والشعوب على العزة والكرامة.

وتعمد العولة لتحقيق إضعاف الدولة وإلى إغراقها بالديون، فعلى سبيل المثال الدول العربية - وهي المستهدف الأول في العولة - بلغت ديونها الخارجية وفقاً لأحدث الإحصائيات (١٢٩) مليار دولار تستنزف من ثرواتها ما قيمته سنوياً مليار دولار خدمة للديون الخارجية فقط، وليس غربياً أن تؤكد تقارير اقتصادية أن الديون العربية تزيد نحو (٥٠٠) ألف دولار كل دقيقة، وقد بلغ إجمالي ديون الدول العربية حتى نهاية عام ٢٠٠٠م (٢٢٥) مليار دولار بعد أن كان عام ١٩٠٨م (٤٩) مليار دولار، ولم يصاحب هذا الارتفاع زيادة مماثلة في الناتج المحلي الإجمالي، ففي عام ١٩٨٠م كانت الديون الخارجية تشكل (١٢٪) من الناتج المحلي الإجمالي العربي، أما الآن فتمثل (٢١٪) من الناتج المحلي الإجمالي العربي، أما الآن فتمثل (٢١٪) من الناتج المحلي الإجمالي العربي، أما الآن فتمثل (١٤٪) من الناتج المحلي الإجمالي، وقد أصبحت المديونية تمثل مشكلة يشار إليها في التقارير الدولية، ولا شك أنه كلما ارتفعت وتيرة الديون ترسخت التبعية، ووجدت الذريعة للقوى (الاستعمارية) في التحكم في اقتصاديات الدول المستهدة.

٧- تدمير الصناعة المحلية: تساهم العولة إلى حد كبير في تدهور الصناعة المحلية وتدميرها، وقد حنرت منظمه الخليج للاستثمارات الصناعية من الجوانب السلبية التي قد تؤثر في الصناعات الصغيرة والمتوسطة في دول مجلس التعاون الخليجي نتيجة تطبيق اتفاقيه التجارة العالمية، ومن أجل هذا عملت دول مجلس التعاون الخليجي منذ تأسيس المجلس عام ١٩٨١م على إرساء الأسس اللازمة لقيام تكل اقتصادية موحدة.

ومن أبرز مظاهر تدمير الصناعة الحلية:

 ما تعمد إليه الشركات العملاقة من سياسة الاحتكار والإغراق، فهي تغرق أسوافنا بمنتجاتها وتحول دون وصول صادراتنا إلى أسوافها، كما إنها تسعى إلى:



- ♦ تملك خطوط الإنتاج والصناعات في الدول المراد تدميرها اقتصادياً، ولا أدل من ذلك على علاقة الولايات المتحدة الأمريكية بأوروبا من خلال تجارة (الصويا) حيث تمثلك الولايات المتحدة الاحتكار العالمي لتجارة الصويا وتصدر منها كل عام عشرة ملايين طن، وقد نجعت أمريكا في إغلاق مصنح لافير في فرنسا، ومنشأة سرداين في ايطاليا، وذلك لمنع المنتجين الصناعيين من استخدام ابتكار جديد لمائم فرنسي يؤدي إلى إنتاج بديل أفضل.
- وكذلك ما كشفه النزاع الأوروبي الأمريكي حول تجارة الموز حيث قامت الولايات المتحدة الأمريكية بفرض عقويات اقتصادية على بعض شركاته بسبب تفضيل الاتحاد الأوروبي استيراد الموز من المستممرات الفرنسية والانجليزية السابقة في أفريقيا عن استيراده من دول أمريكا اللاتينية رغم رخص ثمنه، وهو ما جعل الإتحاد الأوروبي يثير ثائرة دول العالم ضد الولايات المتحدة الأمريكية لأنها لم تحترم فواعد تحرير التجارة الدولية، وأساس الصراع بين الطرفين الخلاف حول اقتسام كمكة النظام الاقتصادي الدولي الجديد القائم على التحرير الاقتصادي وإعمال آليات السوق والمنافسة.
- ♦ كسب المزيد من العملاء من خلال خفض أسعارها، والبيع بسعر يقل عن النكافة الحقيقية بهدف إخراج المنافسين الآخرين من السوق للإنفراد بالمستهلك فيما بعد، وفرض أسعار احتكارية عليه، ولا أدل على ذلك من شركة (سنسبري) فإنها لما دخلت السوق المصري بلغت خسائرها بسبب سياستها العمدية الإغراقية في أربعه أشهر (٥٠) مليون جنيه منها (٢٢) مليون في الشهر الأول... وهي على استعداد لتحمل هذه الخسائر، بل هي مستعدة لخسارة في أول عام تصل إلى (٥٠٠) مليون جنيه مصري، وهي طبعاً تخطط لتعويض تلك الخسارة بعد سيطرتها على خطوط الإنتاج، وسحق المؤسسات المنافسة سواء كانت الصغيرة أو المتوسطة، وقد جاء في تقرير الأهرام الاقتصادي وصحيفة الأهالي الناقلة عنها إن أغلقت ٢٥ من المتاجر أبوابها





فعلاً تمهيداً للبيع أو لتغيير النشاط بعد إشعار الإفلاس، ومن المتوقع أن يغلق ١٥٠٠ متجراً أبوابه... ومن المتوقع كذلك خلال السنوات الثلاث القادمة إغلاق ١٠ آلاف متجر.

- ♦ امتلاك رأس المال حيث أصبح تداوله في أيدي قلة قليلة من عمالقة الاقتصاد والشركات المابرة للقارات، ولموفة مدى قوة هذه الشركات المالية فان شركة (جنرال موتورز) يفوق رقم معاملاتها المالية الدخل القومي لدولة مثل الدانمارك، وشركة (فورد) تقوق معاملاتها الدخل القومي لجنوب أفريقيا، وشركة (تويوتا) تقوق معاملاتها الدخل القومي للنرويج، ويبلغ حجم نشاط شركة (ميتسوبيشي) الاقتصادية أكثر من حجم النشاط الاقتصادي لاندونيسيا التي تعتبر رابع أكبر دولة من حيث تعداد السكان، فلا غرابة من آن يكون ٢٥٨ شخصاً في العالم فقط من أصحاب المليارات بملكون ثروة تضاهي ما بملكه ملياران ونصف من سكان العالم.
- ٣- عدم الاستثمار فيما ينفع: تساهم العولة في عدم استثمار الأموال في أنشطة اقتصادية حقيقية من شأنها تعزيز القدرة الإنتاجية للدول الإسلامية لتصبح الدولة دولة مستهلكة بدل أن تكون منتجة وذلك بنشر النمط الاستهلاكي الترفي بين الناس، واخترال الإنسان في البعد المادي الاستهلاكي، وأحياناً الشهواني دفعاً للناس للإسراف والتبنير مما يؤدي إلى استنزاف الموارد المالية للدولة والأفراد على حد سواء.
- ٥- التحيز والكيل بمكيالين: لا يخفى على عاقل تحرك العولة اليوم في المجتمعات بأسلوب متحيز إذ إنها في الغالب تعمد إلى تغليب الحسابات والمقاييس العالمية في الحقول التي تقوم عليها العولة فالولايات المتحدة تحاول إن تعطي المحلي لديها طابعاً عالمياً تحقيقاً لمصالحها الذاتية ويتيسر لها هذا بما يتوفر لديها من قوة إعلامية على نطاق محلي وعالمي.
- تخفيض الأجور: تتنهج العولمة سياسة تخفيض الأجور لتنمكن من تحقيق
 أقصى ربح ممكن عبر تشفيل أبد رخيصة في مشروعاتها الوطنية في البلدان





- النامية، ومنها البلدان العربية، وهذا يؤدي إلى زيادة في عدد الفقراء والمهمشين اجتماعياً، وزيادة الجريمة المنظمة.
- ١- البطالة: تسببت العولة في كثرة البطالة وزيادتها، إذ يقدر معدل البطالة في العولية العاملة أي الدول العربية في أحدث إحصائية بنحو ٢٠٪ من إجمالي القوى العربية العاملة أي ما يعادل ١٩ مليون فرداً، ومن الجدير بالذكر أن البطالة أخذت بالتزايد بشكل مطرد بين الشباب المؤهلين الداخلين الجدد لسوق العمل، كما أن معدلات البطالة لهذه الفئة في الارتفاع في المعنوات الأخيرة في بعض الدول الخليجية وغيرها حيث تمثل نسبة العاطلين من الشباب على سبيل المثال نحو ٥٠٪ من الجزائر وتونس.
- ٧- التدهور البيئي لا يقتصر أثر العولة الاقتصادية على الجانب الاقتصادي أو السياسي فحسب بل يتعداه إلى البيئة، وذلك بما يؤدي إليه هذا التطور الهائل للتجارة العالمية من تدهور المحيط البيئي:
- إما باستنزاف وإتلاف الأراضي الزراعية، وقطع الأشجار، مما يؤدي إلى ظاهرة التصحر التي تعود قبل كل شيء إلى استغلال الإنسان المفرط للأراضي.
 - أو بتشجيع الاستثمارات غير المنتجة لكونها تدر أرياحاً بسرعة.
 - أو بتصدير الصناعات الأكثر تلويثاً للبيئة للبلدان العربية والإسلامية.
- أو بالمتـاجرة ببعض المـواد الخطـيرة، أو ببعض الكائنــات الحيـة الهــدة بالانقراض.
- أو تدهور نوعية المياه وزيادة تلوثها نتيجة ضعف أجهزة إدارة المياه وحمايتها من آثار التلوث الصناعي والملوثات الكيماوية والبيولوجية نتيجة الاستخدام غير الرشيد لبعض الأفراد و المؤسسات دون محاسبة من الأجهزة المعنية ما يؤدي الرخسائر كسرة في الموارد المائمة الحوفية والسطحية.



وما تجنيد الرأي العام ورجال السياسة سواء على المستوى العربي والإسلامي أو العالمي، والركض وراء البحث عن حلول للمشاكل البيئية إلا دليلاً على تفاقم حدة هذه المشاكل.



हर्षिया निवेद् ष्रयंज्ञा। इंगों निवेद् प्रयंज्ञा।







ظلّت السيدة "إيرينا فولفجانج" تحلم بالمعاش الذي ستحصل عليه خلال شهرين والرخاء الذي سيحققه لها، بدأت أحلامها بشراء بيت بحديقة صغيرة ترعاها، ولحكن ونظراً لارتفاع الأسعار بصورة منهلة - تحوّلت الأحلام لشراء شقة صغيرة تقيم بها، ثم تحوّلت الشقة بعد ذلك إلى حجرة، حتى مر الشهران ونسلّمت معاشها لتجد أنه يكفى لشراء عشاء الليلة ا

إن ما حدث لهذه السيدة الألمانية إنما هو نقطة في بحر المعاناة التي عاشها الشعب الألماني بعد الحرب العالمية الأولى حينما جنحت الأسعار إلى الارتفاع بسرعة الصاروخ، هذا الارتفاع في الأسعار يمثل ظاهرة مالية تعرف بـ "التضخم".

التضخم: "هو الارتفاع في المستوى العام للأسعار" ويُقاس هذا المستوى العام بمتوسط سعر السلع والخدمات في اقتصاد ما، وهو متوسط بين أسعار المستهلك والمنتج، وذلك الارتفاع لا يكون بالضرورة في جميع الأسعار، فحتى في أوقات التضخم الشديد فإن بعض الأسعار المعينة قد تكون نسبياً ثابتة، والبعض الآخر قد ينخفض فعلاً، وليس هذا هو ما يقصده منبع النشرة الاقتصادية حين يقدم تقريره الشهري عن معدل التضخم، فهو فقط يوضح بنسبة مئوية أن مستوى التضخم تفير عن الشهر الماضي، على سبيل المثال عندما تسمع أن معدل التضخم الشهري ١٨، فهذا يعني فقط أن مستوى الأسعار زاد بـ ١/ هذا الشهر وهو قد يكون تثيراً طارئاً، فإذا ما استمر معدل التضخم عالياً لفترة زمنية طويلة (أكثر من ١/ شهرياً لعدة سنوات) يعتبر الاقتصاديون

أن التضخم أصبح عالياً.

أنواع التضخم:

أولاً- تضخم جذب الطلب:

أي أن الأسعار ترتفع نتيجة لزيادة الطلب عن الطاقة الإنتاجية للاقتصاد القومي، وفي هذه الحالة فإن زيادة الإنفاق في الاقتصاد القومي لا تمثل زيادة في



الإنتاج الحقيقي بقدر ما تكون نتيجة زيادة الأسعار، فلو أن سلمة ما تباع بسعر دولار للوحدة، فإن زيادة في الإنفاق قدرها ١٠ دولارات يجب أن يترتب عليها زيادة في الناتج بمقدار ١٠ وحدات، أما في حالة ارتفاع سعر السلعة إلى دولارين فإن زيادة الإنفاق بـ ١٠ دولارات يترتب عليها زيادة في الناتج قدرها ٥ وحدات فقط.

ثانياً- التضخم الزاحف:

ويقصد به الارتفاع بمقدار ١ أو ٢ أو ٢٪ سنوياً في المستوى العام للأسعار، وهذا النوع من التضغم عليه خلاف بين الاقتصاديين حيث يرى بعضهم في نسبة الارتفاع البسيطة في الأسعار نماء للاقتصاد، ففي أوقات التضغم الزاحف ترتفع أسعار السلع قبل ارتفاع أسعار الموارد فيؤدي ذلك إلى زيادة الأرباح مما يدفع رجال الأعمال إلى زيادة الاستثمارات، بينما يرى البعض الآخر أن الآثار التراكمية لمثل هذا التضغم تكون شديدة، فارتفاع سنوي قدره ٢٪ في المستوى العام للأسعار إنما يمني مضاعفة المستوى العام للأسعار في حوالي ٢٣ سنة، كما أن التضغم الزاحف يتضاعف بسرعة ويؤدي إلى التضغم الشديد الجامح.

ثالثاً - التضخم الجامح؛

وهو تضغم حلزوني تصاعدي في الأسعار والأجور، حيث تردي زيادة الضغوط على الأسعار إلى ردود أفعال تنتج المزيد من التضغم، وبذلك فإن هذا النوع من التضغم يفذي نفسه بنفسه، وأشهر مثال على هذا النوع من التضغم هو ما شهدته ألمانيا في أوائل العشرينات من هذا القرن حين قامت الحكومة بطبع النقود بمعمدلات مرتفعة للغاية لتنطي نفقاتها، وفي عام ١٩٢٣ تعدى معدل التضغم بمعدلات مرتفعة لنفاية لتنطي نشاراً من الشعب الألماني لجاً لنظام المقايضة، واستخدام السلم بدلاً من النقود كأن يحدد التاجر سعر رغيف الخبر بثلاث بيضات مثلاً.

آثارالتضغم:

من أكبر آثار التضخم هو أنه مع اشتداد موجة الفلاء تفقد النقود إحدى وظائفها، وهي كرنها مقياساً للقيمة ومخزناً لها، فكلما اشتدت موجة الفلاء



انخفضت قيمة النقود مما يسبب اضطراباً في المعاملات بين الدائتين والمدينين، وبين البائعين والمشترين، وبين المنتجين والمستهلكين، وتشيع القوضى داخل الاقتصاد المحلي، وإذا حدث ذلك فقد يتخلّى الناس عن عملة بلدهم، ويلجئون إلى مقاييس آخرى للقيمة.

هذا كله نتيجة العبث الذي يحدثه التضخم في منظومة الأسعار النسبية، أي أنه لو كانت جميع أسعار السلع والخدمات ترتفع بنسبة واحدة وفي نفس الوقت، ما كانت هناك مشكلات، لكن ما يحدث أنه في غمار موجة الفلاء توجد طائفة من السلع والخدمات ترتفع أسعارها بسرعة كبيرة، وطائفة أخرى قد تتغير ببطء، وهناك طائفة ثالثة تظل جامدة بلا تغيير، ولهذا هناك من يستفيد وهناك من يُضار من هذا التضخم الستمر.

وينقلنا هذا إلى أثر آخر من آثار التضغم وهو إعادته لتوزيع الدخل القومي
بين طبقات المجتمع ويطريقة عشوائية، وأصحاب الدخول الثابتة والمحدودة مثل:
موظفي الحكومة والقطاع العام هم المتضررون من التضخم، حيث إن دخولهم عادة
ما تكون ثابتة، وحتى لو تغيرت فإنها تتغير ببطء شديد وينسبة أقل من نسبة ارتفاع
المستوى العام للأسعار، وبهذا تكون دخولهم حقيقة في حالة تدهور، أما أصحاب
الدخول المتغيرة مثل: التجار ورجال الأعمال، فدخولهم عادة ما تزيد مع موجة
التضخم، بل إنها في كثير من الحالات ترتفع بنسبة اكبر من نسبة ارتفاع المستوى
العام للأسعار، وهم بذلك المستفيدون من هذا التضغم.

وبالمثل يتم توزيع الثروة القومية ، فالمدخرون لأصول مالية كالودائع طويلة الأجل بـالبنوك ، غالباً ما يتعرضون لخمىائر كبيرة ، ذلك أن القيمة الحقيقية لمدخراتهم تتعرض للتآكل سنة بعد الآخرى مح ارتفاع الأسعار ، أما من يجسد مدخراته في أشكال عينية كالأراضي والمعادن النفيسة ، فهو المنتفع من ارتفاع الأسعار على هذا النحو.

ومع الارتفاع المستمر للأسعار يدرك الناس أن الشراء اليوم عند مستويات الأسعار السائدة أفضل من الشراء في القد حيث ترتقع الأسعار، فيسارعون إلى



"الاكتناز" أي شراء السلع والتحف والمعادن النفيسة، واللجوء لعملة أجنبية أكثر ثباتاً في قيمتها، وهو أمر ينعكس على تدهور سعر الصرف للعملة المحلية، وسرعان ما يضر التضغم الآخذ في التصاعد بميزان المدفوعات للدولة، ومن ثم باقتصادها ككل وبتمثل ذلك في ثلاثة أوحه:

- ١- تعرّض الصناعة المحلية لمنافسة شديدة من الخارج (فبسبب ارتفاع أسعار السلع المنتجة محلياً مقابل السلع المستوردة يقل الطلب على المنتج المحلي)، وما ينجم عن ذلك من طاقات عاطلة وبطالة وانخفاض في مستوى الدخل المحلي.
- ٢- نثيجة لزيادة الطلب على السلع المستوردة وانخفاض الطلب على السلع المحلية يزداد العجـزية ميـزان المـدفوعات التجـاري والـذي تتطلب مواجهته إمـا استنزاف احتياجات البلاد من الـذهب والعمـلات الأجنبية، أو اللجـوء إلى الاستدانة الخارجية، أو تصفية ما تملكه الدولة من أصول بالخارج.

وما حدث للولايات المتحدة الأمريكية مثال على ذلك، فالارتفاع السريع في الإنتاجية في اليابان ودول السوق الأوروبية المشتركة، وارتفاع الأسعار في الولايات المتحدة الأمريكية بمعدل أسرع من ارتفاعها في الدول الأخرى، أدى إلى تقليل الفائض في الميزان التجاري الأمريكي، وأدى في النهاية إلى تحقيق عجز في ميزان المعليات التجارية.

ومع نمو العجز في الموازنة العامة للدولة ربما تلجأ إلى زيادة ضخ عملتها المحلية فتتزايد كمية النقود دون أن يقابل هذه الزيادة زيادة مناظرة في حجم الناتج، مما يدفع الأسمار إلى مزيد من الارتفاع وتدخل الدولة في حلقة مفرغة.

أما الأثر الاجتماعي الذي لا يمكننا إغفائه هو أن الفلاء المستمر يؤدي إلى تفشي الرشوة والقصاد الإداري والتكسب غير المشروع وما إلى ذلك من معاملات فاسدة، حيث يلجأ الناس إلى هذه الأمور كخط دفاع لمواجهة التدهور المستمر الذي يحدث في دخولهم الحقيقية، ومن ثم في مستوى معيشتهم.. ولهذا فليس عجيباً أن تكون البلاد المصابة بالتضخم هي أكثر البلاد تعرضاً للفساد.



وقد قال لينين يوماً: "إن أفضل طريقة لتحطيم النظام الرأسمالي هي إفساد العملة، وإنه بعملية تضخم مستمرة تستطيع الحكومات أن تصادر - سراً وبطريقة غير ملحوظة - جزءاً هاماً من ثروات مواطنيها "().

الأزمة المالية العالمية والإعلام الاقتصادي العربي:

استحوذت الأزمة المالية العالمية وما زالت تستحوذ على اهتمام مختلف وسائل الإعلام في دول العالم نظراً لانعكاساتها وتداعياتها على شعوب المعمورة قاطبة، الإعلام العربي تفاعل وتعاطى مع الأزمة وحاول أن يلقي الضوء عليها حتى يشرحها ويفسرها ويقدمها للرأي العام والجمهور العربي، إلى أي مدى نجح الإعلام العربي في إيصال المعلومة الاقتصادية إلى الجمهور العربي؟ وهل هناك بالأساس إعلام عربي متخصص في الاقتصاد والمال؟

هل اعتمد الإعلام العربي في تفطيته للأزمة المالية على وكالات الأخبار العالمية والدراسات والتحليلات الغربية أم أنه اعتمد على خبراء ومحللين عرب؟ هل قدم الأسباب والنتائج والحلول والإجراءات اللازمة لتجاوز الأزمة؟ هل استعرض درجة التأثير على كل دولة عربية وهل ناقش المدة التي ستستغرفها الأزمة؟

أسئلة كثيرة وانشفالات أكثر، فرغم ما تناولته وسائل الإعلام المختلفة من مواضيع وتقارير وتحليلات وتحقيقات إلا أن الأزمة المالية العالمية ما زالت غامضة وغير واضحة عند الكثير من الناس، مصطلحات ونظريات اقتصادية ومفاهيم قد لا تعني للكثير من القراء والمستمعين والمشاهدين أي شيء، وأسئلة كثيرة ما زالت بدون إجابة لدى الكثيرين.

ما هو موقع الإعلام الاقتصادي في خريطة الإعلام العربي ؟ وهل هناك إعلام اقتصادي متخصص وفعال يواكب التطورات والتحولات الاقتصادية، والمشاريم التنموية العديدة التي تشهدها الدول العربية في مختلف المجالات؟

717

⁽١) موقع إسلام أون لاين.





وهل هناك متابعة للمشاريع الاقتصادية والحركة التتموية؟ ماذا عن الوعي الاقتصادي والثقافة الاقتصادية والسلوك الاقتصادي الرشيد الذي بحتاجه الفرد والمؤسسة والمجتمع ككل من أجل القرار السليم ومن أجل الرشادة الاقتصادية.

فمعظم ما قدمته الفضائيات العربية عن الأزمة المالية العالمية هو نقالما حدث ويحدث من تطورات ناتجة عن الأزمة في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول الفربية، وهذا شيء مهم لكن غير كاف لأن المواطن العربي بحاجة إلى معلومات عن تأثيرات الأزمة وانمكاساتها على الاقتصاد العربي، بل نلاحظ في الكثير من الحالات نوعاً من التعتيم والعزوف عن تقديم حقائق مهمة جداً تهم المواطن العربي.

كما نلاحظ أن بعض الوسائل الإعلامية العربية ركز على أن الوضع الاقتصادي في الدول العربية بخير ومستقر ولا آثار للأزمة المالية العالمية عليه، من جهة نلاحظ أن الإعلام العربي تعامل مع الأزمة عن طريق النشرات الإخبارية وبعض البرامج الحوارية القليلة.

وهنذا غير كناف حيث أن موضوع الأزمنة يحتناج إلى متابعية مستمرة وأخصائيين ومحللين لهم باع في الموضوع، وهذا ما لم نشاهده في معظم الوسائل الإعلامية العربية التي سيطر عليها أسلوب التعتيم تنارة والتهويل والتبسيط تنارة أخرى، وهنا نلاحظ أن ما نقلته وسائل الإعلام هو عرض للأزمة وليس تحليل لأستانها وانعكاساتها.

وتجدر الإشارة هنا أن الصحافي العربي يعاني من شح المعلومات الاقتصادية وندرتها وفلة المعطيات والأرقام التي تتعلق باقتصاديات الدول العربية وهذا ما يعقد من مهمته في إيصال الحقائق للجمهور، وفي الأخير يقدم مادة إعلامية بسيطة وخالية من التحليل والإلمام الشامل بالموضوع.

توجد في المجتمع أجهزة اقتصادية عديدة ومنتوعة تخدم الحياة الاقتصادية على المستوى الجزئي والكلي وعلى مستوى الفرد والأسرة والمؤسسة والقطاع العام والقطاع الخاص والدولة ككل، وهذه المؤسسات والأجهزة سواء كانت خاصة أم





عامة ، ربحية أم غير ربحية ، خدمية أم تجارية كلها تتعامل فيما بينها وتتعامل مع غيرها من المنظمات كما تتعامل مع الأفراد والخواص ، كما تتعامل على مستوى خارجى ودولى.

كل هذه التعاملات بحاجة إلى إعلام اقتصادي متخصص وقوي وفعال، وبحاجة إلى دراسات وتحليلات وتقارير وبيانات وإحصائيات وتوجيهات وإرشادات ووعي اقتصادي على مختلف الأصعدة من أجل الرشادة الاقتصادية والسلوك الاقتصادي الواعي والمسؤول والسليم، هذا يعني أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين الإعلام والاقتصاد، وأن الملومة في عالم الاقتصاد تعتبر سلعة مهمة وإستراتيجية سواء بالنسبة للفرد أو للمؤسسة.

وهذه العلاقة يجب أن تُبنى على أسس متينة تقوم على العلم والمعرفة والتخصص، فالذي يكتب ويحلل ويناقش ويستشرف وينتقد في المسائل والقضايا الاقتصادية يجب أن يكون متخصصاً ولله دراية وخبرة وتجربة في المواضيع الاقتصادية المختلفة التي يكتب عنها، المهمة تحتاج إلى تخصص وجهد ومتابعة.

فالمؤسسات الإعلامية بحاجة إلى محررين اقتصاديين متخصصين وبحاجة إلى دورات تدريبية بصفة منتظمة وتعليم مستمر حتى يجدد المحررون الاقتصاديون معارفهم ومعلوماتهم وخبراتهم في مجال تغطية ومناقشة وتحليل ودراسة القضايا والشؤون والأحداث الاقتصادية.

كما نلاحظ من جهة أخرى، الملاقة الوطيدة بين المعلومة والقرار الاقتصادي، ومن هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي في دفع عجلة الاقتصاد إلى الأمام وفي مسايرة التتمية الشاملة في البلاد وفي ممارسة النقد والتقويم والتوجيه والإخبار ونشر الوعي الاقتصادي في المجتمع.

الموضوع هنا لا يتعلق بنشر أخبار عامة وأحداث اقتصادية، وإنما يتعلق بدراسات وتحليلات وتعاليق وتقارير وإحصائيات وبيانات وكل ما من شأنه أن ينشر الوعي والثقافة الاقتصادية التي تجعل من الفرد كائناً اقتصادياً يعرف كيف يدير





دور الإعلام الاقتصادي هو توعية الفرد وتثقيفه باعتباره كائناً اقتصادياً، يتخذ يومياً قرارات اقتصادية، وما ينصحب على الفرد ينسحب على المؤسسة ومختلف المنظمات في المجتمع وعلى المولة نفسها، فالاقتصاد هو جزء لا يتجزأ من حياة الفرد الذي يتخذ قرارات اقتصادية عديدة في اليوم الواحد.

من جهة أخرى، نلاحظ ارتباط النشاط الاقتصادي في أي مجتمع بالنشاط الاقتـصادي المـالي وبالعواــة وبأنـشطة البورصــات العالميــة والـشركات المتعــدة الجنسيات والمنظمات الاقتصادية والنقدية والبنوك العالمية.

لا نشاط اقتصادي بدون إعلام اقتصادي، ولا نجاح لمشاريع تتموية وللتنمية المستدامة بدون وعي اقتصادي وثقافة اقتصادية من قبل أفراد المجتمع الذين هم بالأساس الفاعلون الرئيسيون في عملية النتمية، فلا نجاح للنتمية والتطور والتقدم بدون أفراد يكونون في مستوى المسؤولية التي تقع على عاتقهم، فالاستثمار في تتمية الموارد البشرية يمت بر الاستثمار الرئيسي والأساس لنجاح أي عملية تتموية واقتصادية (().

الصحافة الاقتصادية والإخفاق التاريخي في التعامل مع الأزمة:

هذه هي افضل الأوقات وأسواها لتكون صحافياً متخصصاً في القطاع المالي، أفضلها لأنها فرصة عمر لن تتكرر لكتابة التقارير وتحليل أكثر الأزمات خطورة منذ الكساد العظيم في ١٩٢٩، وأسواها لأن صناعة الصحافة والمحطات التلفزيونية تعاني، ليس فقط بسبب صدمة الركود، بل أيضاً نتيجة الصدمة البنيوية التي أحدثتها ثورة الانترنت.

⁽١) د.محمد قيراط، عميد كلية الاتصال، جامعة الشارقة، نقالاً عن البيان ٢٠٠٩/٥/١٣ العند ١٠٥٥٦.



وتأتي الآن الصدمة الثالثة ، فوسائل الإعلام الاقتصادي منهمة بأنها لم تتوقع الأزمة المالية العالمية ، فكانت كالنائم على عجلة القيادة وكمن يحلق بعيداً في الخزمة المالية العالمية ، فكانت كالنائم على عجلة القيادة وكمن يحلق بعيداً به الخيال، ولم يترك تعليقاً ولا كليشيه إلا وكتب مؤنباً الصحافيين والمعلقين ، بل وحتى المحررين ، تأنيباً فاسياً على فشلهم في تحذير العموم ، المطمئنين إلى أن كل شيء على ما يرام ، من كارثة وشيكة الحدوث ، فهل هذه الاتهامات منطقية؟ وفي إعادة صياغة للمؤال القاتل الذي طرح في جلسات استماع فضيحة ووترغيت: ما الذي كانت تعرفه الصحافة ، ومتى عرفت ذلك؟

السياسيون أيضاً:

أولاً، وعلى سبيل التخفيف من حدة الأمر، لم يكن الصحافيون وحدهم النين أخفقوا في وطلق والقدادة السياسيون كانوا يشاركون بسعادة في حفلات الاثتمان، بل أن الكثير منهم كان يطيل البقاء إلى ما بعد انتهاء الحفل، وفشل جميع المنظمون في الولايات المتحدة وبريطانيا والقارة الأوروبية في تحديد واحتواء المخاطر الكامنة داخل النظام، كما أخفق أيضاً الكثير من الاقتصاديين.

قلة فقط، مثل نوريل روبيني، الذي يحتفى به الآن على أنه المفكر الذي تتبأ بالكارثة، استطاعوا أن يحددوا قطعاً من الأحجية رغم فشلهم في جمعها معاً.

إذاً لماذا لم يبد الصحافيون المتخصصون في القطاع المالي اهتماماً أكبر بتلك التحذيرات؟ أولاً، لأن الأزمة المالية بدأت كقصة فنية جداً وتقنية عالية، وقد استفرق الأمر شهوراً إلى أن أصبحت قصة سائدة ورائجة، فضلاً عن أن جذور الأزمة تكمن في أسواق الائتمان وهي قصة تضعها المؤسسات الإخبارية والصحفية في موقع متأخر من قائمة تغطياتها وهي بالنسبة لها في حال ركود.

وقد وجد معظم الصحافيين الذين يعملون في ما يطلق عليه "النظام المصرفي" الظل" صعوبة بالغة في إثارة اهتمام رؤسائهم الذين كانوا يسيطرون على مساحات النشر والبث والذين كانوا أكثر اهتماماً في نشر قصص "الأخبار الجيدة" المتعلقة بارتفاع أسعار العقار والنمو الاقتصادى.



أما المشكلة الثانية فتعلق بقصة مشتقات الائتمان التي كانت تحدث في سوق غير رسمية ، والتي كانت تحدث في سوق غير رسمية ، والتي كانت تتميز بقلة الافصاحات والضآلة البالغة في الأخبار اليومية ، وكان ولا يزال الإغراء يكمن في تقديم قصص وتقارير إخبارية لا تنطوي على غموض ، مثل الإعلان عن إيرادات الشركات المساهمة العامة ، على الرغم من أن الابتكارات الكبيرة والأموال والأرباح المهولة كانت تحدث في أسواق الائتمان.

بناء قصة:

الانتقاد الثاني هو أن وسائل الإعلام كانت تهتم كثيراً في بناء قصة تتعلق بالأخبار الجيدة، إذ يظهر قيام المنبع الكوميدي جون ستيوارت بتدمير مجسم لبرنامج جيم كارمر على الهواء مباشرة، وأن هناك قضية تستوجب حلاً، بل أن ستيوارت ذهب بعيداً إلى حد الإشارة إلى أن قناة سي أن بي سي التلفزيونية التي تستضيف برنامج كارمر Mad Money تغاضت عن خدع السوق، كونها كانت قريبة جداً من مجتمعها الأساسي: متداولو وول ستريت ومصرفيو القطاع الاستثماري.

كما يقدم داني شيشتر في بريتيش جورناليزم ريفيو نقداً مماثلاً، زاعماً أن الصحف لا تهتم بمتابعة الفضائح في صناعة الرهن العقاري حرصاً منها على عدم إثارة غضب الملنين من القطاع العقاري وخوفاً من تتفيرهم.

ويواجه الصحافيون بصورة روتينية تلك المصلة للتوتر القائم ببن الاعتماد على المصادر التي تمدهم بالمعلومات، وحرق تلك المصادر إذا ما تم كتابة تقطية صحفية نافدة لها، ولتأخذ مثالاً على ذلك مؤسسة صحافة البيت الأبيض، وصحافة "اللوبي" البريطانية المتي تقطي البرلمان أو الصحافيون المنين يقطون الرياضة والمكلفون بمتابعة فريق بعينه، فحافز "المجاراة" من أجل "التوافق" والحصول على ما يريد، يظل في حال تنافس دائم مع غريزة الصحافي التي تدفعه إلى ذكر الحقيقة أمام السلطة.

ويِّ الملاذ الأخير، فانه لا يكاد يكون هناك ثمَّة نقاش إلا ويقول أنـه كـان بإمكـان وسائل الإعلام الاقتصادية أن تؤدي دوراً ووظيفة أفضل.





وفي خضم هذه الروح من انتقاد الذات، فانه يمكن تحديد أربع نقاط

وقح خضم هذه الـروح من انتقـاد الـدات، فانـه يمكن تحديد اربـع نقـاط ضعف في التغطيات الصحفية الاقتصادية:

أولاً: فشل الصحافيين المتخصصين في القطاع المالي في فهم أهمية ودلالة الفشل في التنظيم والرقابة على المشتقات التي تتداول في السوق غير الرسمية ، التي شكات الجزء الأكبر من المخاطر عند انفجار الائتمان الذي جاء في أعقاب فقاعة الدوت كوم ، وكان آلان غرينسبان بمارض أي نوع من التنظيم لتلك العمليات، لكن كم عدد المعلقين الذين حذروا من مخاطر معارضة الرئيس السابق لمجلس الاحتياطي الفدرالي لعملية التنظيم؟ لقد كان جزء كبير من الصحافيين متيماً بالمد السائد المتعلق برفع القيود وتخفيف الرقابة والتنظيم.

ثانياً: فشل الصحافيون، باستثناء عدد قليل بارز منهم، في فهم المخاطر التي فرضتها ضمانات الدولة الضمنية التي تمتعت بها فاني ماي وفريدي ماك، عملاقا تمويل الرهن المقاري، وهنا لا بد من رفع القبعة احتراماً لفرينسبان، الذي يواجه هذه الأيام انتقادات لاذعة، فهو من حنر مبكراً من تلك المخاطر، وكان بالطبع من الصعب على الصحافيين مهاجمة تلك الفكرة المثالية المتعلقة بملكية المنازل على أوسع نطاق في أمريكا، لكن ذلك ليس بمبرر للإخفاق.

ثالثاً: فشل الصحافيون في فهم دلالات نمو التمويل خارج ميزانيات البنوك وعلاقة ذلك بشوانين بازل II المسايرة للاتجاهات النورية في معدلات رأس المال والمفهوم الشامل للدين، فكم عند المؤسسات الأخبارية والصحفية التي نشرت تقارير حول القرار الحاسم الذي صدر عن هيئة الأوراق المالية والبورسات الأمريكية في ٢٠٠٤ للتخفيف من القيود والنظم بشأن الدين؟ كما أن التقارير التي كتبت ويثت حول النمو المفالى فيه لأدوات الاستثمار المصممة لأغراض خاصة أثناء ذروة فقاعة الائتمان كانت قليلة جداً إلى حد مؤسف.



رابعاً: كان الصحافيون المتخصصون في القطاع المالي بعليثين جداً في فهم أن انهيار النظام المصرفي سيكون له أثر تدميري عميق في الاقتصاد الحقيقي، وينطبق الأمر ذاته على المنظمين والاقتصاديين، فعلى امتداد فترة طويلة، تعامل المديد من الخبراء مع القطاع المالي والاقتصاد بنطاقه الأوسع على أنهما عالمان يسيران بخطين متوازيين، وقد كان ذلك خطاً جوهرياً.

إن الكثير من أهم التطورات التي حدثت في العقد الماضي، كصعود مد التطرف والإرهاب وانفتاح الاقتصاد الصيني، فضلاً عن ظهور فقاعتي اثتمان، لم يتم توقعها إلى حد كبير أو لم تحظّ بالاهتمام الذي تستحقه، إن على الصحافيين، في هذا الشأن، دور بالغ الأهمية ينبغي عليهم أن يلعبوه ويمارسوه، وربما كانوا على خطأ، لكنهم لا يزالوا يمتلكون المقدرة على اكتشاف الأمور مهما طال الأمر(".

دور متفاوت للصحافة الاقتصادية العربية خلال الأزمة المالية العالمية:

وضعت الأزمة المالية العالمية الراهنة الصحافة الاقتصادية أمام واقع جديد دفع العاملين فيها إلى حدود قصوى من المتابعة على المستويات الدولية والإقليمية والمحلية وأعطت الصحافي الاقتصادي أولوية وتصدراً في مختلف وسائل الإعلام لمواكبة ومجاراة آخر مستجدات عالم الأعمال والمال.

وفي لقاءات متفرقة لاختصاصيين ومتابعين مع وكالة الأنباء الكويتية (كونا) اختلفت الآراء بشأن دور الصحافة الاقتصادية المحلية في تفطية الأزمة المالية وتناعياتها ومدى نجاحها في مواجهة التحديات والصعوبات الطارئة وعرض مختلف الصورة بموضوعية على المهتمين والقراء والرأي المام، وقال محمد الهاجري⁽¹⁷⁾ أن الصحافة الاقتصادية المحلية قائمة على ركنين رئيسين أهمها الصفحات الاقتصادية وقد برز في الآونة الأخيرة اهتمام متزايد بالشؤون الاقتصادية وأخبارها من قبل الرأي المام المحلي.

⁽١) ليونيل بارير محرر فايننشال تايمز

⁽٢) رئيس جمعية المحاسبين والمراجمين الكويتية.



ورأى الهاجري أن تفطية الصحافة المحلية للازمة المالية عالمياً ومحلياً كانت متواضعة لكن لا بأس بها إلا أن هناك بعض الخلل من الناحية الفنية والمهنية لاسيما وان الأخبار الاقتصادية المرتبطة بالبورصة وبالعقار والبنوك نتطلب دفة كبيرة في نقل المعلومة والى خبراء ومتخصصين في هذا الشأن.

ويرى أحمد صادق معري^{ي^(۱) أن الإعلام الاقتصادي لعب خلال الأزمة المالية دوراً سلبياً وأثر على الاقتصاد المحلي وشكل عائقاً إضافياً أمام المؤسسات المالية والاقتصادية ما زاد العبء على أصحاب القرار في مواجهة تداعيات وتأثيرات الأزمة المالية العالمية.}

ويفترض بالإعلام الاقتصادي المحلي أن يتحمل العب، والمعلولية إلى جانب الجهات الرسمية في إبعاد أي آثار نفسية على الاقتصاد المحلي ناجمة عن الأوضاع الخارجية إلا انه ساهم في مفاقمة الوضع بإظهاره للأخبار السلبية وتهميشه تلك الايجابية.

إن الأخبار السلبية انتشرت في السوق المحلي بسرعة كبيرة بسبب بعض الأساليب الإعلامية المبتذلة ونسبها إلى (مصادر مطلعة) وغير ذلك ما أدى إلى نتائج كارثية في عديد من المناسبات لاسيما بداية الأزمة المائية حيث كانت الإشاعات تلقى استجابة كبيرة من قبل القراء والمتابعين إلا أنها فقدت بريقها ومصداقيتها أخيراً، بينما يرى يحيى مرعي أن إن الإعلام الاقتصادي المحلي أثناء الأزمة المائية "عبر ببايجابية عن واقع الأزمة وعكسها بصورة موضوعية وشكل حضاري متميز لاسيما الصحف اليومية الدي تميزت صفحاتها الاقتصادية بمكس تطورات الأوضاع الاقتصادية المحلية والعالمية والعالمية على حد سواء".

وأشار مرعي في الوقت نفسه إلى "الآثار السلبية للأخبار مجهولة المصادر" على المتداولين وعلى البورصة ما ترك آثاراً سلبية وأخرى قوية على المتداولين خلال الأزمة، ويرى إن معظم الآثار كانت على شكل إشاعات خدمت بعض الأغراض

⁽۱) مدير استثمار شركة ايدل جروب

⁽٢) الوسيط المالي في شركة الوسيط للوساطة المالية.





والمسالح الشخصية ما يعني أن هناك ضرورة ومطالبة بعدم الالتفات إليها بل مساءلة ناقليها ومحاسبتهم.

فضائيات.. على كف الاقتصاد ((

السؤال الذي طرحته تداعيات الأزمة المالية العالمية بما يخص إعلامنا الاقتصادي العربي هو:

لماذا لم يقرآ هذا الإعلام تأثير هذه الأزمة على الناس منذ البداية؟ (وهل صحيح أنه توارى أو أخفى تأثيراتها على الشارع العربي عمداً أو تقصداً) وعجز عن تقديم تفسير مبسط لمصطلح (الأزمة المالية - الاقتصادية العالمية) يساعد غير المتخصص على فهم ما يجري حوله؟! الكثير من التقارير والتحليلات الاقتصادية التي تصدرت نشرات أخبار الفضائيات، وشاهدة اللون الأحمر العلامة المهزة لأسواق البورصة، وذعر المستثمرين والمساهمين، وهلع أصحاب الودائع ورؤوس الأموال والسندات. كل هذا وضع الناس في موقف لا يحسدون عليه. وجعلهم في حالة دهشة وذهول: إذا كان هذا حال (علية القوم) فبأي لُج نحن نعوم؟! فاتونا يا أصحاب الشأن بالخبر اليقين لنستدرك بماذا نستعين؟!.

لكن تكرس في أذهان الناس عند مشاهدتهم القدم النشرة الاقتصادية أنه أمام إعلام اقتصادي نخبوي؟ وأن الأزمة اقتصادية نتعلق فقط بالبورصات وأسواق المال، ولو تيسر لهم جمع معلومات أكثر من مصادر أخرى فإنهم سيدركون أنها تتعلق أيضاً بارتفاع نسبة الضرائب، وتغيير المهن، وإغلاق شركات ومعامل، وتسريح موظفين.

استدركت قداة الجزيرة لاحقاً. اكتشافها القراءة المتشرة والمتلعشة والمتسرعة إعلامياً للأزمة وتأثيرها على النامس. مستضيفة المحللين الاقتصاديين والإعلاميين درءاً للمحامية والمساءلة ورفع العتب واللوم باعتراف غير معلن منها يشي بالقول: إن اشتمال المنافسة بين معدي ومقدمي النشرات الاقتصادية (في عز الأزمة) اعتمد غالباً التهويل من البعض.. والتضليل من البعض الأخر.. في ظل شح الملومات



التي تعمدت الشركات الكيري والحكومات إخفاء الحقائق عن وسائل الإعلام، وهونت من شأن ما يحدث، في وقت ظهرت على السطح مؤسسات أعمال عملاقة تمتلك من التأثير المادي والمعنوي ما يفوق تأثير المؤسسات الحكومية، واختلط الخبر الصحيح بالدعائي وبهذا أخفيت تأثيرات الأزمة على الناس. أو تقلصت، وربما تشتتت أبعادها، وأسبابها العربية الموصولة بشريان الاقتصاد الأمريكي.

ولهذا كان لابد من الاعتراف بتقصير (الإعلامي الاقتصادي) نتيجة خبرته المتواضعة في إدارته لتغطيات خاصة جديدة هذه المرة، الأزمة المالية العالمية-العربية.

فالصحفي الاقتصادي المطالب بنقل حقائق تمس واقع الناس، ومستقبلهم ومعيشتهم ومدخراتهم ومصادر رزقهم. بشرط آلا تثير أو تسبب الصدمة أو الجزع المجاني.. تمثر وجوده بحجة غياب الكوادر المتخصصة المعنية والمكترثة بتأسيس برامج تهتم بالأسرة العربية، وعاداتها الاستهلاكية وذهبت هذه النشرات والبرامج لزيادة ساعات بنَّها، واعتمد إعلاميوها المحللون على التهويل فخلقت أزمة أخرى لدى الستهلك والمنتج معأ

النشرات الاقتصادية بطرائقها الاستعراضية تلك قد لا يستوعبها البعض وبالتالي لن يكون لها تأثير في قراراتهم الاستثمارية.. أو التقليل من الخسائر.. أو المساعدة على الريح.

تؤكد العربية وعلى لسان مسؤوليها أنها أصبحت مصدراً رئيسياً للأخبار! وأنها أجرت تحقيقات عن الاقتصادات الخليجية، وقامت بتغطية مؤتمر دافوس لمواكبة تداعيات الأزمة المالية العالمية، وغطَّت اجتماعات صندوق النقد الدولي.. وكان لهافي منتدى دافوس مقابلات خاصة مع صناع السياسات الاقتصادية ورؤساء البنوك.

وبهذا يستقيد القائمون على إعداد النشرات الاقتصادية من فكرة أن العالم متداخل المصالح، ومن فوارق التوقيت، وتصبح أذونات السفر حالاً مجزياً لتدهور الأحور ال





كان يمكن لنا أن نمنح (الثناء) للنشرات الاقتصادية في فضائياتنا العربية التي تشتغل حثيثاً للحصول عليه، وانتزاعه منا نحن المشاهدين والشهود على غياب فناء اقتصادية عربية: تنكر لنا:

ما ترتيب الوطن العربي في استيراد الغذاء، إذا علمنا أنه في عام ١٩٨٥ كان من أكبر دول العالم استيراداً له (٢٥ بليون دولار)؟١.

وما أخبار الـ ١٣٣ مليون هكتار القابلة للزراعة من أصل (١٤٠٠) مليون هكتار مساحة الرقعة الأرضية المتاحة للزراعة في الوطن العربي أي عشر اليابسة على المستوى العالمي؟!.

وهـل النـشرات الاقتصادية في فضائياتنا العربيـة مستعدة للـتكفير عـن خطئهـا.. (المشار إليه) بفتح ملف أزمة سـلاح الغذاء العالمي باعتبـار أن الحظر على حرية القرارات سيكون بسبب الحاجة للطعام.. تحت شعار - حين يكون طعامنـا من فأسنا.. يكون قرارنا من رأسنا.

إذا انتكس الاقتصاد تعثرت الصحافة:

نحتاج إلى التأكيد على أن بيثة الصحافة والإعلام حدثت فيها تغيرات، فالمرسل والمستقبل تعرضا إلى تبديل، وبالتالي فالأمور لن تبقى على حالها، فالأدوات المستخدمة وكذلك الجمهور انتقلا إلى عهد جديد يكاد بكون مفصلياً.. والاعتراف هنا لا يعني أننا اكتشفنا هذا الأمر أخيراً، لكن التساؤلات تنصب على حجم التغيير ونوعيته.

ما حدث عام ٢٠٠٨ يصح أن يطلق عليه زلزالاً مالياً وليس أزمة، فارتداداته لم تتوقف بعد منذ ذلك الوقت، والصدمة الدي أوقعها في مختلف القطاعات الاقتصادية نال منها قطاع الصحافة والإعلام الشيء الكثير.

النشر عموماً يعبر تماماً عن الحالة الاقتصادية للدولة والمنطقة، فإذا انتكس الاقتصاد تعثرت الصحافة والإعلام، ففي دراسة أعدها الأستاذ وليد





عكاوي (۱٬ مول تأثير الأزمة المالية على قطاع النشر، قال إن تراجع الإنفاق الإعلاني أدى إلى إغلاق 3٢ وسيلة إعلام خلال تصعة أشهر من بداية أكتوبر ٢٠٠٨، فيما احتجبت ٥٧ وسيلة أخرى عن الظهور، وكان إجمالي عدد المجلات المتي توقفت في المنطقة العربية من أكتوبر ٢٠٠٨ إلى يونيو ٢٠٠٩ نحو ١٠٠٨ مجلة توقفت تماماً مقابل ٤٨ مجلة علقت صدورها شكل مؤقت.

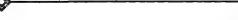
مظاهر انعكاس الأزمة مستمرة وإن ظهرت بصور مغتلفة، فالفاتورة المالية أصبحت عبثاً كبيراً على المؤسسات الإعلامية الكبرى، ولم يعد باستطاعتها تحمل مزيد من الخسائر، ولهذا رأينا كيف أن مجلة مثل "نيوزويك" تعرض للبيع وهي التي تحتل الرقم ٢٦ من ضمن قائمة المجلات الأكثر توزيعاً في العالم، حيث لم يجد رئيس مجلس الإدارة دونالد غراهام بداً من التفكير بالبيع بسبب تراجع إيرادات الإعلان.

في الكويت وفي خضم الأزمة المالية وجدت الصحف الصادرة حديثاً والقديمة نفسها في مواجهة معركة طاحنة ولم يعد للتوزيع والاشتراكات من مساهمة مالية كبيرة فهي لا تتعدى في أحسن الأحوال ١٠ في المائة من مصاريف الصحيفة، وكانت أنظار الجميع باتجاه الإعلان، وبدلاً من أن توزع كعكة الإعلان على خمس صحف صارفي السوق ١٧ صحيفة.

إذاً الصورة كانت هكذا، أرّمة مالية تضرب قطاعات اقتصادية كبيرة طالت معظمها، اضطرت إلى تخفيض ميزانياتها الإعلانية إلى النصف، وهناك من ألفاها تماماً، مقابل وجود ١٧ صحيفة تلتهم كل ما يرد إليها، تبحث عن مصادر دخل إعلامية جديدة وفي أجواء تنافسية صعبة جداً، فماذا كانت النتيجة؟

المدير التنفيذي لشركة TTP للنشر في دولة الإمارات المربية المتحدة.





توزيع الإعلان:

التقديرات المنشورة تقدر حجم الإنفاق الإعلاني على وسائل الإعلام المختلفة بنحو ٤٥١ مليون دولار عام ٢٠٠٨، تقلص هذا الرقم ليصل إلى ٣٦١ مليون دولار عام ٢٠٠٩، هـنه الأرقام موزعة على الصحف والتلفزيون والإذاعة والمجلات وإعلانات الشوارع وحصة الصحف تتراوح بين ٢٥٠ إلى ٣٥٠ مليون دولار وهي نسبة تعتبر الثالثة على مستوى دول مجلس الثعاون الخليجي، حيث تحتل السعودية والإمارات المرتبتين الأولى والثانية، تأتى بعدهما دولة الكويت ثم البحرين وقطر وأخيراً سلطنة عُمان، العاملون في سوق الإعلان يجمعون على أن عام ٢٠٠٨ كان عام الذروة في مجال الانفاق المالي على الصحف ووسائل الإعلام، وهم يقدرون أن نسبة التراجع انخفضت في عام ٢٠٠٩ إلى ما بين ٢٥٪ و٢٠٪ وان بقى الربع الأول من عام ٢٠١٠ محافظاً على معدلات ۲۰۰۹ وان بزیادات طفیفة.

التراجم في إيراد الإعلان وعلى مستوى الصحف الخمس الأولى ترجم، وبما يشبه "الاستنفار الصامت" كما أطلق عليه أحد الصحافيين بحملة إجراءات لمواجهة الزلزال الذي دخل علينا بشكل فجائي لم يكن أحد يتوقع أضراره والمدى الزمني الذي سيتوقف عنده، منها الاستغناء عن عدد من العمالة، تقليل عدد الصفحات لاسيما أيام العطل، تُخفيض الرواتب والمزايا التي يحصلون عليها، ضغط النفقات وإعادة هيكلة لبعض المؤسسات وإداراتها.

هذه الهزة أوجدت حالة من التحدي لدي إدارات الصحف، وخلقت حواهز للتجديد في تقديم المحتوى وبأساليب التسويق والترويج والعمل على ابتكار مواد تحريرية ترضى أكبر عند من القراء، وجلبهم كقراء جند.

أشكال المنافسة:

الحقيقة إن أشكال المنافسة توسعت في السوق الكويتي، والتجربة التي مرت بها الصحافة الكويتية عملت على إضافة وتحسين المادة التحريرية في موازاة الرأى والتحليل والموقف تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والبرلمانية.



ليس هناك قياس واحد الأشكال النافسة، فقد فتح تراجع الإعلان شهية البعض، فاجتهد في تقديم الإثارة المسحفية التي تخاطب غرائز الشارع، وراح آخرون يوزعون الجوائز والمروض المغرية والضخمة جداً من أجل اكتساب مزيد من المشتركين، وظهرت صحف الكترونية إخبارية تقدم على مدار الساعة أحداثاً متواترة كالعلاقة الساخنة والمتوترة بين مجلس الأمة والحكومة، أو أخباراً أمنية وجرائم وغيرها من متابعات، إضافة إلى خدمات الرسائل الهاتقية عبر الهواتف النقالة، وهو ما فرض على الصحف اليومية مواكبة هذه التطورات بتحسين المواقع الالكترونية، وتقديم خدمات إضافية عليها، سواء بالتعليقات على كتاب الرأي أو الموضوعات أو بتوفير أدوات البحث والصورة وربطها بمواقع أخرى.

المؤتمر الثاني لاتحاد الصحافة الخليجية الذي عقد في مملكة البحرين وكان الموضوع توقف صحيفة "الوقت" و آوان" إحدى التقاط المثارة، مما دعا وزيرة الإعلام والثقافة البحرينية الشيخة مي بنت محمد آل خليفة إلى المبادرة بضرورة تقديم الدعم للصحف الخليجية، وأهمية إنشاء صندوق مالى لدعم المؤسسات المتشرة.

الحقيقة إن دعوة الاستنهاض هذه من قبل وزارات الإعالام الحكومية مسالة فيها نظر، لأن ما يحصل في قطاع النشر الالكتروني يفوق حجمه بأضعاف ما يعانيه، وهذا من باب المقارية والتفكر، والكل قرأ عن الصفقة المالية التي أبرمتها شركة ياهو الشرق الأوسط بشراء "موقع مكتوب دوت كوم" بنحو ٨٥ مليون دولار، وهذه الصفقة في سوق الانترنت والنشر الالكتروني تعادل تقريباً الفرق بين حجم الإنفاق في السوق الإعلاني بين عامي ٢٠٠٨ و ٢٠٠٨ وهو ١٠ مليون دولار، إذا سلمنا بصحة الأرقام المنشورة وان كان عليها تحفظات، لكن هذه الواقعة تبين كم بلغ سوق النشر الالكتروني من عوائد مالية مرتقعة قياساً إلى سوق النشر المطبوع أو الورقي، وان كانت هناك دلالات فهي تعني إن التحديات التي تواجهنا ليست بالأمر السهل والبسيط،

في ضوء استمرار الظروف المالية الصعبة برزت على المسطح توجهات تبحث عن البدائل وارتفعت أصوات تبشر بموت الصحافة الورقية في ضوء صعود الصحافة الالكترونية (



معركة من نوع آخر:

لا بد من التسلح بالبدوء في الطرح والتركيز على الجوانب الإيجابية في المركة الدائرة بين صحافة الدوت كوم والصحافة الطبوعة، وهي جوانب يتم التفافل عنها في محاولة لإشاعة أجواء غير صحية أو التهويل بقدرة صحافة النجيتال، بحيث يتراءى للمتابع أن السباق المحموم يبالغ بالإضاءة على جوانب ويهمل أخرى في سباق مع الزمن.

وفق شهادة - تيموثي بالنينغ، المدير العام للاتحاد العالي للصحف، انه لا تزال العائدات التي تحققها المنصات الإعلامية الجديدة والخاصة بالإعلان والقراء متواضعة للغاية، ولا تتمكن من سد الثغرة والتعويض عن الخسارة.

وبحسب التقرير الذي أعده مركز أبداث "بيو" الأمريكي ونشر عام ٢٠١٠ فان معظم الأخبار ترد من الصحف وان كل ما تقمله المواقع الأخبارية في الانترنت هو تكرار تلك التقارير والتعليق عليها من دون تقديم أي معلومات جديدة، وان هناك نسبة ٩٥ في المائة من المعلومات مصدرها الصحف الورقية.

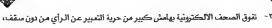
ومن وجهة نظر مايكل غيرسون كاتب خطابات الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش الابن والمحلل السياسي، فان القلق الذي يساوره هو توقع القراء بالحصول على معتوى مجاني عبر شبكة الانترنت يقوض مستوى جودة هذا المحتوى. وممرفة ما إذا كان الناس على استعداد لمفع أموال مقابل الاطلاع على معتوى أخباري ممتاز وعبر وسيط يمزز الفائدة والمته..(

إذاً ، السؤال عن موت الصحافة الورقية سابق جداً لأوانه وزمانه ، والذين ينمون الصحافة الطبوعة ويحلّون الإعلام الالكتروني مكانها نظن أن في تفكيرهم جزءاً كبيراً من الوهم.. لأنه ما زالت الصحف الطبوعة أهم رافد للأخبار على للواقع الالكترونية.. ولكن!

لا جدال بدخول ضيوف جدد بيئة الإعلام، وأن هناك أشكالاً من المنافسة فرضت نفسها على المشتفاين بهذه المهنة وأصحاب المؤسسات الإعلامية ومنها:

انتشار استخدام الانترنت والمواقع الأخبارية التي تنقل الحدث لحظة بلحظة وهو ما لم
 يتيسر للصحف الطبوعة.





وهو ما لا تستطيم الصحف التقليدية أن تجاريه.

- "أستراك المواطن وتعزيز التقاعل معه من خلال الوسائط المتعددة والمتوافرة بالمواقع
 الالتحترونية، سواء للصحف أو للمواقع، بالنص وبالصورة وبالفيديو وبطريقة الحفظ
 والاستخدام.
- ٤- دخول البواتف النقالة على خط الخدمات السريعة والرسائل القصيرة، وأحدثها جهاز "الآي باد" الذي ينظر إليه كمصدر إضافي للدخل والإعلان والاشتراك.

ماذا يعني ذلك وكيف نتعامل مع تلك الأدوات في عالم النشر وفي ضوء تداعيات الأزمة المالية؟

وبدءاً من هذه الأيام سيضطر قراء صحيفتي التايمز والصنداي تايمز البريطانيتين إلى دفع دولار ونصف الدولار لتصفح الجريدة على الانترنت وثلاثة دولارات مقابل الاشتراك الأسبوعي.

وهناك الجاه متواضع إلى حد ما، لدى عدد من الصحف الأمريكية بفرض رسوم على القراء في مواقعها الالكترونية الجديدة مثل وول ستريت جورنال و الفايننشيال تايمز".

واضع أن سرعة التغيير في الغرب من الصعب مجاراتها في البيئة الخليجية والعربية ، على الأقل في البيئة الخليجية والعربية ، على الأقل في المدى المنظور والتحول قائم في سوق الصحافة الالكترونية إنما هناك أسئلة ومخاطر من أن تكون سياسة الدفع مقابل الدخول إلى الموقع لقراءة الصحيفة اليومية من شأنها هجرة القراء من الرسوم ، وبالتالي مضاعفة الخسائر على جبهتي القراء والإعلان ، والمفامرة تحتاج إلى وقت للوقوف على النتائج.. كم ستحتاج هذه المنطقة من الوقت ليحدث هذا التحول الذي يجرى في المالم على صعيد سوق النشر الالكتروني ؟

⁽١) من ويكيبيديا (الوسوعة الحرة): آي باد (بالإنجابزية: iPad) هو جهاز لوحي صمهم ويسوق من قبل شركة أبل وتقوم بتصنيعه شركة فوكسكون، تم إصداره بي أبريل ٢٠١٠ يعمل الجهاز بنظام تشغيل آي (شبيه ليونكس) وتدعم شاشته اللمس المتعدد ويقوم بتشغيل عدة أنواع من الوسائط من ضمنها الصحف، المجالات، الحكب الرقمية، الكتب النصية، الفيديو، الموسيقى والألماب وجميع برامج آي فون، يوجد نسختان من الجهاز نسخة تحتوي على جيل ثالث وواي هاي وأخرى تحوي واي هاى قتما.





ماذا سيحدث إذا قررت صحيفة كويتية أو خليجية أو عربية أن تتقاضى مبلغاً من المال مقابل الاطلاع وقراءة صحيفة الصباح؟

وهل تقليم محتوى الصحيفة على الانتونت مقابل المال سياسة خاطئة أم أن هناك خوفاً من اتخاذ القرار والدخول في المجهول؟

في المموميات، هناك الكثير من الصحافيين وأصحاب الهنة يعتبرون أن المالم العربي لديه مناعة ضد التحول الالكتروني بخلاف المجتمعات الفربية، وأنه يبقى منأخراً عشر سنوات عما يحدث حوله، ولن يصيبه هذا التقيير إلا بعد عقد من الزمن!

المسألة صارت مسألة وقت، وليس هناك من يكابد أو يعاند هذه الموجات من التغيير في عالم الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وليس بالضرورة أن يكون التحول في موت الصحافة الورقية والمطبوعة بل بالقدرة على التكيف والأخذ بتلك التقنيات.

> الصراع الحقيقي يبقى في نوعية المحتوى والشكل الجديد للصحيفة ، مع عدم التقليل أبداً من المنصات الإعلامية الجديدة.

هنـاك مدرسة جديدة في الصحافة تعمل وفـق قاعدة تفـول إن الإعمـال الـصحفية الأفضل تتطلب تكلفـة ماليـة أكبر، وبالتـالي سيكون التحدي بنـوع المـواد الـصحفية الـتي ستقدم للقارئ، وبهامش الحرية الذي سيكون متاحاً له.

صحيح أن الأزمة المالية ما زالت تضرب بأثارها ، لكن المنافسة تستلزم تقديم أشكال جديدة من المواد وبضاعة صحافة عالية النوعية ، فالحدث المحلي بيقى الشاغل الأكبر الصحف، وهذا لا يعني عدم الاهتمام بما يحدث في العالم ، بل سيكون إلى جانب الموضوعات ذات الصلة بحياة الناس، بالصحة ، بالبيئة ، بالعلوم ، بالثقافة والمعرفة ، بالتكون إلى المدينة والاقتصادية السائدة.

كيف يتم كسب الإعلان؟ وكيف يرتفع عند القراء والمشتركين، وكيف تتم الاستفادة من تقنيات النشر الالكتروني بتقديم خدمات أفضل؟

لقد تبدلت عادات القراءة واستقبال الملومات لدى الجمهور، وهذا ما يفرض وضعه في الاعتبار، إنما ستبقى هواجس التطوير والمناضة قائمة ومستمرة بجهاز "الآي باد" أو بغيره، ولا ندري ما إذا كانت قواعد اللعبة سنتأثر كثيراً في مجالات التوزيع والإعلان وتسمح بأن تكون مصدر دخل إضافياً أم لا؟



صحيفة "نيويورك تايمز" احتاجت إلى ١٨ شهراً قبل أن تتخذ قرارها ، بإصدار نسخة الكترونية تمكنت من اجتناب أكثر من ٢٠ مليون قارئ ، كما أفاد بذلك السيد مايكل فولدن ، الرئيس ومدير العمليات التنفيذي للشركة والرئيس الإقليمي للمجموعة أثناء ندوة عمدت في دبي على هامش توزيع جوائز نادي دبي للصحافة . فكم سيعتاج المالم المربي لاتخاذ مثل هكذا قرارة ، ستبقى الحاجة إلى وجود صحافة حرة ومستقلة تماماً كالحاجة إلى التعليم والدفاع والصحة ، لأنه في النهاية لن تكون أجهزة مثل "ي باد" وغيره ذات قيمة حقيفية من دون صافعى الحوي، كما علل ذلك إمبراطور الإعلام روبرت مردوخ.

مؤشرات خطيرة:

الشهد العالي المرسوم اليوم بمكن تشخيصه من خلال مجموعة مؤشرات:

- تدهور توزيع ومبيعات الصحف الطبوعة.
- ٢- موت عند من الصحف اليومية والمجلات والمطبوعات العربية.
- إفلاس مجلات وصحف مرموقة ومشهورة في أوروبا وأمريكا وعرضها للبيع.
- 3- التوقف عن إصدار الطبعات الورقية لعند من الصحف، والتوجه نحو الصحافة الالكترونية كتم ويض عن الخمائر التي أصابتها، وفرض رسوم على القراءة والتصفح للأعداد اليومية ويروز طفرة "اللوت كوم".
- ٥- نمو وتوسع المتصات الإعلامية البديلة وتوفير أجهزة اتصال حديثة خلقت مجتمعاً الكترونياً يتواصل عبر شبكة الانترنت والهاتف النقال وأحدثه جهاز "الآي باد" وبما يشبه "الانقلاب" على مجمل الوسائل التقليدية في العمل الصحفي والإعلامي".

⁽۱) الأسئلة وليد النصف: ورفة عمل مقدمة للمؤتمر العربي الرابع للصحافة الحرة الذي عقد في بيروت على مدى يومى ٦ ولا يونيو عام ٢٠١٠، وقام بتنظيمه الاتحاد العللى للصحف وناشرى الأنباء.



الفصل الماشر

الإغلام الإقلصادي وقصة الإقلصاد







بينما تواصل الأزمة المالية اجتياح بلدان المنطقة يتعين علينا أن نتساءل عن السبب في عدم إعطاء اهتمام كلف لوجود أزمة تحل باقتصاديات آسيا ويكون لها أتأرها في الأسواق العالمية، فإلى وقت ظهور الدلائل الأولى لعدم الاستقرار المالي في تايلاند كانت بلدان شرق آسيا تحسد على ما تحققه من معدل نمو سريم.

إن تأثير تلك الأزمة قد غير حياة العديد من الأشخاص، وسرعان ما تعاقبت الآثار السيئة لتمس البلدان المجاورة، وتمثل ذلك فيمن فقدوا وظائفهم، أو عمليات ترحيل العمال المهاجرين، وحدوث حالة من عدم الاستقرار السياسي وسوء أحوال العمالة، والاضطرابات الحادثة في الأنظمة المالية والمصرفية، فضلاً عما ألم بالبورصة وأسواق الأسهم من اضطرابات في كافة أنحاء العالم، وكان أن سارعت تايلاند وكوريا الجنوبية إلى تغيير الحكومة في حين تزايدت الضغوط المناهضة لحكومة سوهارتو في إندونيسيا.

ولسنا بحاجة فقط إلى دراسة تلك التجرية من الناحية الأكاديمية، بل ينبغي تعميق الفهم لهذه الأزمة، حتى يستطيع المواطنون التعامل مع تقلبات دورة الأعمال، وفهم ظروف الاقتصاد على الوجه الأمثل، إن الازدهار والنمو له تأثيره الجم على نوعية الحياة في كل مكان، ولذا سيساعدنا كثيراً لو أمكن مناقشة القضايا الاقتصادية بعيداً عن جمهرة الخبراء.

لقد وجدت الأزمة الاقتصادية في آسيا مجتمع الخبراء وقد أعياهم الشرح والتفسير، وتدفقت التعليقات لتشمل نطاقاً عريضاً من العوامل بما في ذلك فشل الحكومات السلطوية والقيم الآسيوية التي تعتقها، والنظام الرأسمالي، والفساد المستشرى، والمضاربين الأجانب وأموالهم "الساخنة" كما يقال.

لم تكن هذه العوامل خفية فيما مضى، فالنظم الرأسمالية والقيم الآسيوية قد أخذت نصيبها من البحث والدراسة، وكانت البلاد تخطب ود المستثمرين الأجانب بعد أن شهدت النظم المالية مرحلة انفتاح كى تسير في ركب العولة.





فإذا كانت هذه هي العوامل المحتملة التي أدت إلى هذه الموقف فمن المتوقع أن يكون أحدها أكثر من غيره قد ساعد على تحويل معجزة النمو في آسيا إلى تدهور سريع.

ولكن ما هو الخيط المفقود الذي غاب عن الخبراء وأعمى عيون الجميع عن تلك العلامات الظاهرة ؟

من المفارقات الغربية أن النمو الاقتصادي السريع قد واكبه بروز قضية المعلومات على السطح بوصفها قضية هامة من القضايا المتعلقة بالأعمال والتجارة وغيرها من المجالات الأخرى، وبات الالتزام نحو نشر المعلومات وإتاحتها من أهم جوانب التنمية، وأصبح التزام الحكومة بعصر المعلومات فقرة ثابتة في بيانات الحكومات، وترجمة ذلك إلى مزيد من التركيز على تكنولوجيا المعلومات، وأتاح النمو السريع لمنظمات الأنباء في المنطقة فرصة تبادل المعلومات بين مجتمعات الأعمال والأوساط المالية، ومع تزايد عبور الأعمال خارج الحدود الوطنية اكتسبت قضية المعلومات والبيانات أهمية قصوى بالنسبة لمن يرغب في ممارسة الأعمال في آميا.

وفي هذا الصدد يتعين علينا أن ندرس الأزمة من منطلق الفشل في الاستفادة من الملومات أو الحصول عليها.

وفي مقال كتبه الصحفي فيليب بورنج Philip Bowring فيصعيفة المعلومات "بوصفه المتهم The International Herald Tribune حدد "العجز في المعلومات "بوصفه المتهم الرئيسي، فضلاً عن عدم الحصول على المعلومات في حينها أو الأضرار الناجمة عن تقيي معلومات خاطئة، وقد عرض بورنج تقرير البنك الدولي الصادر في مايو عام ١٩٧٧، والذي وصف حالة الشركات في إندونيسيا التي بلغ إجمالي اقتراضها إلى ضعف ما كان متوقعاً، ومن ناحية أخرى لم تعكس الأرقام الرسمية في سائر أنحاء المنطقة المستويات العالية للقروض الخارجية، ولم تكن يبانات البنك المركزي أحسن حالاً، ولا شك أن وجود هذه الفجوة المعلوماتية هي مسؤولية مشتركة تضم الحكومة ودوائر الأعمال والقطاع المالي بوصفها جهات رئيسية مسؤولة عن تقديم





المعلومات، ولم تعف بالطبع وسائل الإعلام من المسؤولية، أو تتجاهل طريقة معالجة الصحفيين للأنباء الاقتصادية.

تعد الصحافة في كافة المجتمعات الحديثة المصدر الأساسي للمعلومات حول القضايا التي تمس الشعب، وفي المجتمعات التي تتبنى فيها الصحافة الحرة إدارة مداولات ومناقشات حرة وتكفل تبادل وجهات النظر تلعب المؤسسات الصحفية الدور الرئيسي بوصفها المنتدى الأول لعرض وجهات النظر المتباينة أو الوصول إلى إجماع حول بعض الأفكار المتقاربة، وقد ساعد التقدم الكبير الحادث في تكنولوجيا الاتصالات على تعزيز دور الصحافة كأداة هامة لتعليم وتثقيف المواطنين، وكذلك تقوم بتيسير عملية مناقشة السياسات.

إن بروز القضايا الاقتصادية على رأس جدول الأعمال القومي يفرض تحدياً جديداً على عائق الصحافة، إذ يتمين عليها نشر الأنباء الاقتصادية بصورة تلائم العامة وتجذب انتباههم، وصياغة مناقشات القضايا السياسية بطريقة تساعد العامة على الحكم على المسائل الاقتصادية، إلا أن أسلوب عرض هذه القضايا وتتسيقها في الصحف يشجع المواطن العادي على قراءتها، وهي لا تخاطب بهذه الطريقة سوى مستوى معين من القراء من المتخصصين في هذا المجال.

وبينما بدأت اقتصاديات البلاد طريقها نحو إعادة البناء واستعادة مواردها يجدر بنا أن ندرس ونناقش ما إذا كانت الصحافة قد قامت بواجبها نحو عرض لمدور بنا أن ندرس ونناقش ما إذا كانت الصحافة قد قامت بواجبها نحو عرض المعلومات الاقتصادية بصورة مناسبة، فلم يعد كافياً التفكير في الأخبار الاقتصادية كمواد إعلامية موجهة فقط للعاملين في دوائر المال والأعمال سواء في الحكومة أو القطاع الخاص، ويجدر إعداد القائمين على إدارة الأعمال والأنظمة المالية وكذلك إعداد من يتحملون عواقب التقلبات الاقتصادية إذ أن تدهور الاقتصاد أو انتعاشه بترك آثاره على الجميم على حد سواء.





إن الهدف من هذه المناقشة دراسة العوامل التي قد تحول دون قيام الصحافة بواجبها في الأزمة الاقتصادية وإتاحة المعلومات والتحليلات والتعليقات للمواطنين قبل أن تقلت زمام الأمور^(١).

الصحافة والاقتصاد:

إن أي نقد يوجه للصحافة يجب أن بأخذ في الاعتبار طريقة تفاعل الصحافة مع ثلاثة مصادر رئيسية تستقى منها المعلومات، ألا وهي الحكومة ورجال الاقتصاد ودوائير الأعمال، وقد قامت صحيفة "الصحافة والاقتصاد" التي يحررها ريتشارد باركر أحد كبار المسؤولين بمركز شورنشتاين للصحافة والسياسة والسياسات العامة بكلية كندى لدراسة أساليب الحكم- قامت بتحليل الطريقة التي صاغت يها المناقشات العامة القضايا الاقتصادية في الصحافة الأمريكية.

وردت شكاوي من المواطنين في أوائل السبعينات حول التقارير الاقتصادية، وجاءت الانتقادات بشكل أساسي من المجموعات ذات الاهتمام الاقتصادي مثل رجال الأعمال والصناعة واتحادات العمال ومنظمات المزارعين والمستهلكين بسبب أسلوب مناقشة قضايا الاقتصاد، ومنذ ذلك الحين زادت المساحة والوقت المخصصين للأخبار الاقتصادية أكثر من ذي قبل، وضاعفت وسائل الاعلام بما في ذلك التلفزيون والأذاعة والصحافة من جهودها لتغطية الموضوع بمختلف قضاياه، كما صدرت المطبوعات الاقتصادية المتخصصة والكتب التي ساعدت على توسيع نطاق المناقشات الاقتصادية.

ومرة ثانية يجدر بنا القول إن طريقة عرض الأنباء الاقتصادية تخاطب بشكل أساسى المعنيين والمشتغلين بالأنشطة الاقتصادية، وأن رجال الاقتصاد والدارسين يقفون بمعزل عن حلبة الصحافة.

⁽١) مليندا كينتوس دي جيساس: المدير التنفيذي بمركز حرية الصحافة ومسؤوليتها.



ولعل هذه الفجوة تفسر عدم فهم العامة لما يجري على الساحة الاقتصادية في البلاد، وكما ذكر بباركر "حين يفهم المواطنون من خلال الصحافة أهمية التركيز على بعض المفاهيم الاقتصادية مثل الإنتاجية والناتج القومي الإجمالي ومعدل المدخرات والاستثمارات وحجم العجز والمنافسة العالمية يصبح عدم التيقن سمة أساسية"، أضف إلى ذلك انقسام الآراء وتضاريها داخل مجتمع الخبراء حول بعض القضايا الاقتصادية الهامة كالعولة وتبسيط الإجراءات واللوائح مما يسهم في بلبلة الناس العادين، ويؤدى إلى زعزعة ثقتهم في خبراء الاقتصاد والصحفيين.

لقد استجابت الصحافة من موقعها لمجريات الأمور مع وجود توجه سياسي واتجاه لمعالجة كافة القضايا في إطار سياسي، ووظفت التقارير الاقتصادية أسلوب القص السياسي في عرض وجهات النظر والجدل الدائر حول المشاكل الاقتصادية، واعتمد الصحفيون على المصادر الحكومية الرسمية وتأويلاتها في التغطية الإعلامية، وتميزت التقارير الصحفية بوجود كم هائل من التفطية الحكومية، وانقسم المحررون الاقتصاديون في مانيلا إلى مجموعات طبقاً لتصنيفات الوكالات الحكومية تتخصص كل مجموعة في قطاع محدد كالمالية أو البنوك أو البنك المركزي أو التجارة أو الاستثمار... الخ.

ونتيجة لـذلك اصطبغت المناقشات العامة للقضايا الاقتصادية وتغطية الأنشطة الاقتصادية وتغطية الأنشطة الاقتصادية بوجهة النظر الرسمية ، وغلب عليها أسلوب القائمين على الحكم وليس أسلوب الشعب، إلا أن البعد الاقتصادي القائم في كافة القضايا السياسية والاجتماعية الهامة يتطلب إطاراً أوسع وأعمق للمناقشة والحوار ، وأصبح من الضروري للصحافة أن تتبنى منهجاً متعدد الاتجاهات والقطاعات في تغطيتها للأنباء حتى تقدم تقارير ومعلومات أكثر ملائمة للمواطنين ولاهتماماتهم.

إن أي تصفح سريع للصفحات الاقتصادية في صحف مانيلا تؤكد على ضرورة مراجعة تقاعل الصحافة مع الاقتصاد، فهذه الصفحات مخصصة لخدمة دوائر الأعمال وغيرهم ممن يعتمدون على المطبوعات لاستقاء معلوماتهم، إلا أن تنطية الأنشطة التجارية والاقتصادية تعتمد أساساً على وصف للمؤسسات الكبرى



ومعدل نموها ومشروعاتها القائمة وحجم الاستثمارات، وغالباً ما تكون هذه المؤسسات هي مصدر المعلومات.

تستطيع الصحف والمجلات الاقتصادية أن تلعب دوراً أكبر وأكثر أهمية في تغطية الأخبار الخاصة بالبيئة والاتجاهات، وإعداد تقارير مفصلة وتحقيقات حول تجاوزات المؤسسات، إلا أن التقارير الصحفية الاقتصادية غالباً ما تعكس وجهات النظر الدائرة في اجتماعات مجالس الإدارات ومكاتب الحكومة، كما يلاحظ أيضاً أنه يجري الاستمانة بصفار المحررين لتغطية المجالات الهامة والحيوية.

عمدت بانكوك إلى عقد مجموعات عمل بؤرية لمناقشة قضية الملومات الاقتصادية عقب الأزمة المالية، وسارعت الصحف لنشر مشاكل السيولة في البنوك، وانهيار أسهم البنوك وكذلك انهيار القيمة السوقية للأسهم، وتأزمت المشكلة مها دعا الحكومة لتقديم مساعدات بلغت ١٠٠ مليار باهت، واستقدام تدابير لدعم نظام الاحتياطي في البنوك، ومع تفاقم الأزمة شعر المواطنون أنهم لم يجر تحذيرهم من مفية الأزمة.

إن أي قضية حساسة مثل قضية النظام المصرية تسبب مشاكل جمة للحكومة والقطاع المصرية والصحافة، ويستلزم الأمر توخي درجة من السرية لمساعدة الشركات المنكوية على حل مشاكلها، إلا أن الفجوة المعلوماتية قد أدت إلى فشل على مستوى عمليات إقراض البنوك وتأثير زيادة عمليات الإقراض على النظام المصرية بأسره فضلاً عن تأثير نظام الاستثمارات العالمي.

ولأن الصحافة هي القناة الأساسية للمعلومات في معظم المجتمعات نفرض المعلومات في معظم المجتمعات نفرض المعلومات والتقارير الاقتصادية ومختلف القضايا التي تعالجها تحدياً جديداً أمام مهنة الصحافة في الأوقات المعاصرة، وتتضح آهمية التغطية الصحفية والإعلام في الأنظمة الديمقراطية حيث تمثل الضغوط الشعبية عاملاً اساسياً في صياغة السياسة، وغالباً ما تتأثر المدياسة بما يظهر أو يحجب في الصحف، وتضع وسائل الإعلام قضايا السياسة تحت دائرة الضوء مما يستلزم اتخاذ إجراء سريع، أما عدم إبراز الأحداث فيؤدي إلى تهميش القضايا وإبعادها عن بؤرة الاهتمام، وفي عالم





سريع التغير ترتبط فيه الأسواق بعضها ببعض على مدار الساعة فإن أي تأخير في الإجراءات يؤثر أيما تأثير على كفاءة وفعالية التدابير المتخذة المالجة المشاكل الاقتصادية.

وكما ذكر بورنج في تحليله لتفاقم مديونية آسيا: "إن المنطقة الآن تدفع ثمناً فادحاً لذكر المعلومات البالية أو ذكر معلومات رديثة بحجة تهدئة المخاوف، فالمعلومات التي تذكر في حينها تشعل مصابيح التحذير حتى تضئ في وقت لاحق"، ولعل وجهة النظر هذه تدعو لسرعة تحديث المعلومات وتحسينها إذا أرادت السياسة إن تواكب التفدرات المتلاحقة.

ربما يمكننا أن ننظر إلى هذه الأزمة كناقوس قرع لينبهنا لمدى أهمية المعلومات في المعلومات ومعالجتها المعلومات في كافة مناحي الحياة، ولا تزال أنشطة جمع المعلومات ومعالجتها وتحليلها في العديد من البلدان النامية من الأنشطة الحديثة نسبياً، وحتى بالنسبة للبلدان التي خبرت الصحافة منذ عدة عقود فهناك تشككك في إمكانية تماشي الأساليب المتبعة مع التغيرات السريعة الحادثة على الأصعدة الاجتماعية السياسية والاقتصادية.

وغضوء التعقيدات المتزايدة وسرعة التغيرات في العالم يجدر بنا مراجعة الأساليب التقليدية للتعلم والفهم وتعديلها إذا افتضت الضرورة، ويشمل ذلك أساليب فهم الاقتصاد والأساليب التقليدية للصحافة.

وتشمل المشكلة أيضاً طريقة معالجة الأخبار ومنظور مهنة الصحافة التي تحجم من نطاقها وتحجب المعلومات ذات الطبيعة الخاصة التي تتحدث المشاكل والتغيير عن الشعب، والمعلومات الاقتصادية خير مثال على ذلك.

ومن الدلائل البشرة أن النقد الموجه لوسائل الإعلام بدأ من داخل المجتمع الصحفي ذاته، وتجدر الإشارة إلى أن هذا البحث يعتمد على الأدبيات في الولايات المتحدة الأمريكية حيث دعا أسلوب تناول الصحف للأخبار الاقتصادية والتجارية إلى ضرورة تغيير الأداء وتطويره.



عدم تناغم الشكل مع المضمون:

شهد هذا العصر ترسيخ معايير الصحافة الإخبارية، كما شهد كذلك تطور بعض المطبوعات الدعائية الصفيرة إلى صحف تجارية توزع في المدن، وتحولت الصحف القومية العامة إلى مجلات إخبارية دولية، فضلاً عما شهده من بروز خدمات الإعلام السلكية ووسائل الاتصال اللاسلكية والإلكترونية، وقد وجدت هذه الوسائل الإعلامية جمهوراً محلياً ودولياً متحمساً، واستمر هذا الاتجاه، وأظهرت وسائل الإعلام قوة ضاغطة، وأصبح البحث عن الأخبار من العادات الراسخة لدى المجتمعات الحديثة، وفي العقود الأخيرة ويضضل التقدم الحادث في تكنولوجيا الاتصالات أمكن توصيل الحدث وقت وقوعه لكل أرجاء العالم مما يركد على ضرورة معرفة آخر التطورات في العديد من المجالات.

إن سرعة البث الإعلامي وتنوع الجمهور قد ساعد على تحديد بعض سمات الصحافة واهتمت المقالات الافتتاحية بتقديم ما يروق للجمهور لضمان الوصول إلى قطاع عريض منهم، وشمل ذلك فيما شمل الاهتمام بتقديم الأنباء في حيينها دون أي تأخير والاهتمام بكافة جوانب العرض كالصراع والتشويق المكن تلغيصها في الخبر القائل "رجل يعض كلباً"، ونظراً لضرورة تلخيص الحدث بسرعة ودفة يتعين التركيز على أن يجيب الخبر على الأسئلة الشهيرة "من وماذا وأين ومتى ولماذا وكيف"، وبينما تبدو هذه القيم شاملة في حد ذاتها، إلا أن النتيجة تمكس وضع معايير فياسية، مع ترك درجة من التتبؤ للصحافة وأن تحوي نوعاً من الصراع، فالدوق العام يسعى وراء الإثارة والتشويق والأنباء الصيئة قبل الأنباء الحسنة، في وجود تفطية إخبارية واسعة ومع ذلك حجب الكثير من الأخبار أيضاً.

إن رسوخ هذه القيم وسيادتها في مجال الإعلام أدى إلى منع الصحفيين من محاولة تعقب التغيرات الجارية، ولم يكن من السهل عليهم على سبيل المثال كتابة تحقيقات حول تدهور الغابات أو التلوث أو التصحرفي معرض الحديث عن التغيرات البيئية، ولم تصلح التغيرات الاجتماعية الواضحة من تغير أنماط السلوك أو العادات





للأخبار، ولم يكن من المكن كذلك أن تختزل المشاكل المقدة والمتشابكة على هيئة تحقيق إخباري، فالأمر يحتاج إلى مهارة فاثقة ومستوى معين من الخبرة حتى يستطيع الصحفي أن يكتب قصة معقدة مع الاحتفاظ بعناصر التشويق والإثارة.

ومع تزايد الدور الذي يلعبه التلفزيون كمقدم للأخبار ساعدت جاذبية الصورة المرثية وما تفرضه من معايير التشويق على عرض العديد من التحقيقات الهامة والجادة التي خرجت من عباءة الأخبار، وفي هذا الصدد كان من المتعين على الصحافة الاقتصادية أن تعتمد على مجموعة من المحررين المدريين بشكل خاص، ولكن المشكلة هي أن هذا التخصص يعزل عامة الشعب الذين يعتمدون على الصحافة الإمدادهم بالملومات.

وعلى الرغم من نمو حجم الصحافة الاقتصادية والتجارية في كافة أنحاء العالم إلا أن أسلوب المعالجة لم يؤد إلى تسهيل فهم العامة للقضايا الجارية أو زيادة معلوماتهم في هذا المجال، ويبدو أن الأنباء الاقتصادية مصمهة خصيصاً لتلاثم المجتمع الصفير المنخرط في ممارسة النشاط ذاته، فالتقارير الإخبارية تستخدم لفة متخصصة وكلمات رنانة صاغها الخبراء ورددها الصحفيون دون مضمون أو مناقشة، مما أدى إلى استبعاد المجتمع الأكبر عن مجريات الأمور.

تتركز خطورة هذا المنحى في ضيق المساحة المتوفرة للنقاش، وانحسار معظم القضايا في إطار منظور اقتصادي واحد، ومن ثم بات لزاماً على هيئات التعرير أن تبذل جهودها لتوسيع مضمون النقارير الاقتصادية وأن تفرد مساحة بارزة كالصفحة الأولى أو غيرها من المساحات الميزة للتحقيقات الاقتصادية التي تهم القطاع العريض من المجتمع، ومن بين الأساليب المكنة لتحقيق ذلك حشد الصحفيين ممن يعملون في المجالات العامة والمتخصصين للعمل معاً فالتعاون في كتابة التقارير من شأنه العمل على توسيع نطاق المرجعية من أجل خدمة القراء.

وطالما بقيت مناقشة الشؤون الاقتصادية حكراً على جماعة محدودة كان من السهل على واضعي السياسات تجاهل الدلائل وتأجيل الاستجابة لبعض المضلات، ربما ينطوي الاقتصاد في مرحلة ما بعد العولمة على طبيعة معقدة



وديناميكية تجعل من الصعب معها على الخبراء وصناع السياسة إدارتها، ودعا إلى أهمية تتبع التغيرات الحادثة وتحسين عملية جمع المعلومات وتحليلها، فحينما يشترك قطاع عريض من الشعب في المناقشات والمداولات تضطر القيادة السياسية إلى الامتمام بالقضية والتدخل السريع لحل الموقف.

يعد التدريب من الوصفات التي غالباً ما ينصح بها كملاج لعيوب الصحافة بشكل عام، ومن المكن في حالة تبني منهج متعدد رأب الصدع في هذا المجال، ولنذلك يجب تشجيع المحررين على التدريب سواء العاملين في المجال العام أو السياسي، ولاشك أن التعرض للمجالات المتخصصة سيساعد الصحفيين على الخروج من قوالب الصحافة التقليدية ولفت انتباههم للتغيرات الجارية قبل فوات الأوان، إن الصحفيين الذين يستجيبون لمتطلبات العصر سيكون بمقدورهم متابعة القدر الأكبر من الأخبار مع الربط الدائم بين هذه الأخبار والتاريخ والقضايا الجارية، والاستعداد لدراسة وتحليل عملية التغيير وتحليل الأحداث كمتتاليات

لقد أشار الخبراء إلى أن الصحافة الموجهة نحو الحدث تميل إلى تقديم العالم في صورة أجزاء وشظايا، وتصور التطورات في ممزل وانفصال عن سائر مجريات الأمور، فالكوارث البيئية أو تفشي الأمراض تعرض كما لو كانت قد حدثت فجأة دون أي تحذير، وهذه المسرعة الخاطفة تكثف من عناصر الدراما في الحدث، فعنصر المفاجأة يعد جزءاً من مقومات نجاح القصة الجيدة من منظور الصحافة، أما الصحافة التي تهتم بالحدث كعملية متكاملة فتقلل من وقع المفاجأة، والصحفي الذي يتبع هذا الأسلوب لا يهتم بتحقيق سبق صحفي وحصري، وربما ينطوي هذا المنهج على قدر أقل من التشويق والإثارة إلا أنه يكشف الكثير من الملومات والمارف التي من شأنها مساعدة المواطنين على التأقلم مع أي أزمة تلحق بالمجتمع.

ولا يجب أن يلقى كل اللوم على عاتق الصحافة، فالجهات المسؤولة عن تقديم المعلومات في الدوائر الحكومية والقطاع الخاص يلعب دوراً هاماً في فهم



الصورة الكلية للموقف وتحديد مكان الخلل في النظام الذي جعل اقتصاديات المنطقة عرضة لهذه الأزمة.

سيلفر لينينج: 'رأسمالية حقيقية وصحافة تتمتع بقدر أكبر من الحرية':

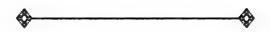
يمثل العنوان السابق لمقالة كتبها سنيف ليفنجستون المحرر السابق لصحيفة "Wall Street Journal" في الهيرائد تربيبون الحلول المقترحة الواجب توافرها في أي نظام ديمقراطي، وكتب قائلاً: "أظهرت الأزمة الآسيوية الحاجة لوجود نظام لرأسمال السوق الحر بصورة لم تشهدها المنطقة من قبل، ولضرورة وجود صحافة غير مقيدة قادرة على عرض الوضع الاقتصادي في آسيا بحلوه ومره".

إن وجرد صحافة بقظة كان من المكن أن يدق ناقوس الخطر إزاء الأوضاع التي أدت إلى هذا "الانهيار"، ويجب أن يصحب النظام الرأسمالي التزام تجاه مزيد من الحريات في مجال الاقتصاد والمشروعات والمعرفة والمعلومات، حتى ترك دوائر العمال أهمية الكشف الكامل عن المعلومات والمكاشفة على المدى الطويل.

ومن الناحية الأخرى يتمين على الصحافة أن تتعلم مهارات جديدة وأن تلعق بركب التغيرات المتلاحقة للتحقيقات الاقتصادية، ويتمين على الصحفيين السمي وراء مصادر جديدة للمعلومات لتوسيع مجال وأبعاد التحقيقات الصحفية، كما تحتاج مهنة الصحافة لتطبيق أساليب علمية جديدة ملائمة، وأحياناً يمكن متابعة النغيرات الهامة من خلال الدراصة المتأنية والدقيقة للبيانات والسجلات والوثائق، ولكي تتمكن الصحافة الحرة اليقظة من الاستجابة لمتطلبات البيئة العالمية يجد أن تكون على استعداد لإعادة التشكيل واكتساب مهارات جديدة حتى

تستشعر رياح التغيير قبل أن تهب العاصفة.

ومع رسوخ الديمقراطية في كافة أنحاء العالم يتمين مراجعة جدول أعمال الصحافة حتى تصبح الصحافة والوصول إلى المعلومات المطلوبة أكثر ملاءمة لاحتياجات العصر الجديد.



र्रे प्रमिति हो असे

وَاقْعُ الْإِعْلِامُ الْإِقْنُصَادِيْ.. وَالْدُورِ الْمُرْنَقِّبُ







اعتاد الاقتصاديون التعبير عن الأحداث الاقتصادية بالأرقام والنسب والمؤشرات والرموز والرسوم البيانية والمعادلات من باب التوضيح والتبسيط، ولكن الفرد العادي أو غير المتخصص يقع في حيرة أمام انتصاب هذه الدلالات الاقتصادية التي تشير إلى مفاهيم عديدة تتكاثر يوماً بعد يوم مع تطور الحياة الاقتصادية والفكر التي ينظر لها.

وتتوسع دوائر الحيرة عند اختلاف الآراء والتقسيرات بين الاقتصاديين لحدث أو خبر نظراً لتباين الآراء والأحكام القيمية والذاتية والمواقف الأخلاقية التي يطلقها الاقتصاديون في الندوات أو وسائل الإعلام المتوفرة من مرثية أو عبر الأثير أو مقروءة، رغم أن علم الاقتصاد يرتبط بدراسة البشر أثناء تأديتهم أعمالهم العادية في الحياة وأن حياة الفرد تملك وشائج قوية بالسياسات الحكومية والقرارات الخاصة وليس في أحد أن يعيش يومه أو يخطط لمستقبله دون محاولة إدراك القوى التي تشكل حياته الاقتصادية.

كما أن هذه الحيرة تحمل في جعبتها هجوماً متوارياً على الاقتصاد ووصفه بالعلم الكثيب والممل والمبهم الذي لا يحمل إلا الأخبار السيئة المتمثلة دائماً في الاختيار بين أمرين سيارات أسرع أو بيئة نظيفة دون اختيار أحدهما أو مزيد من الإنتفاق أو قليلاً من الاستثمار، أي نمواً أضعف ودخلاً أقل وبطالة أكبر. وهلم جرا، فهو علم دراسة الاختيار وفهم عواقب الخيارات دون تدخل، بل يترك للفرد أو المجتمع الاختيار، ولكن هذا الموقف من قبل الاقتصاديين الذي يعبر عن التأرجح بين قطبي الاختيار هو في الحقيقة يشير إلى فكرة أساسية في علم الاقتصاد والمتمثلة في الندرة التي تتغلفل في شتى حياة البشر.

هذه الندرة التي تفرض المواجهة بين رغبات تتوالد مع تطور الحياة وتتساوق في المنافسة بعضها ببعض في نفس الوقت، محكومة بالموارد المحدودة في الوصول إلى تحقيقها نظرياً أو بكلمات أخرى أن لكل شيء تكلفته ولا يمكن تحقيق أي إنتاج دون عمل وتضحية، ولكن تظل موازين قوى مجموعات الضفط الاقتصادية أو





السياسية أو الاجتماعية رغم تسترها تظل معياراً هاماً في عملية الاختبار، تؤثر بقوة في تلك العملية نتيجة أحكامها القيمية والأخلاقية والذاتية التي تنعكس بصورة أو بأخرى في رسم السياسة الاقتصادية المراد إتباعها.

لقد كان شعار حملة بيل كلينتون الانتخابية عام ١٩٩٢ "الاقتصاد هو المهم أيها الغبي" يعكس أهمية الاقتصاد في حياة المواطن والمجتمع ويشكل ركناً أساسياً في مسيرة النمو والتقدم التي تطمح إليه الأمم، فقد يكون الحث على المنافسة وتقليل الاحتكار والحد من التلوث وتوفير الرعاية الصحية تعد أمثلة على أنشطة رئيسية تشكل عناصر حياتية واقتصادية مهمة للبشر، لا يمكن التغاضي عنها ويصبح من الصعب اتخاذ أي قرارات سياسية سواء أكانت تخص قضايا اجتماعية أم علمية أو دولية.. الخ، دون النظر في عواقبها الاقتبصادية خاصبة وإن إشباع الحاجات الاقتصادية والاجتماعية تشكل الأساس لنمو وازدهار الجماعة ومبرر لتموضع الاقتصاد في قلب اهتمامات المجتمع.

هذا الإشباع للحاجات المجتمعية يتطلب فهم ودراية بقدرات المجتمع الاقتصادية والتي تتصف بمحدوديتها والتي تحتاج أيضاً لاستفلال أمثل للحصول على أقصى منفعة ممكنة منها، إن فكرة الاختيار أو الندرة في الموارد سوف تطرح تساؤلاً أو عدة أسئلة على المجتمع العربي حول قضايا الاقتصاد والتنمية والمحافظة على المكتسبات التي تحققت في العقود الماضية.

هذه القضايا الاقتصادية اليامة يتوجب أن تكون في قلب الساحة الانتخابية مستثيرة بالمشاريع الإصلاحية في بعض الدول العربية من أجل مصلحة البلد الاقتصادية التتموية، نظراً لأهمية الاقتصاد في ترسيخ مقومات الديمقراطية القائمة على المواطنة وتمثيل المصالح، المكونة لأحد عوامل توزيع ثمار التنمية والاندماج المجتمعي، والمشاركة واحترام التنوع والحريات.

وبالتأكيد أن تفاعل الفرد العادي مع السياسات الاقتصادية ومعطيات الوضع الماش سيكون أكثر أثراً لو كان الصعيث يعكس الحياة اليومية وانعكاساتها على الأفراد في توضيح صورة الاقتصاد واتجاهاته ويخفف من غلو



التفسيرات التقنية ويفضح ألاعيب الحصلات الانتخابية، فالناس يبعدون لدى المختصين عن لقطات خاطفة موجزة من الملومات تضيء قضايا الاقتصاد اليومية وتساعدهم على رسم المستقبل دون تسرب اليأس إلى النفوس عندما يتطلب الأمر المسبر والعمل، فقد تفيد دغدغة المشاعر في إعطاء إحساس بالرضا الماطفي أو السياسي لفترة وجيزة، ولكن قد يفقد بريقه بمسرعة ويؤدي إلى الإحباط والانمزال بعد زوال ذلك الإحباس.

وهنا يكمن الدور المرتقب للإعلام الاقتصادي في نقل الخبر أو الحدث الذي يحمل القرار الاقتصادي بعد تسليط الأضواء على أبعاده الاجتماعية والاقتصادية من أجل أن يقود المجتمع إلى مساهمة فاعلة في النشاط الاقتصادي عن طريق تقديم معرفة تساهم في زيادة الوعي الاقتصادي وتوسيع دوائر التواصل من خلال اتفاق أفراد المجتمع على معانيها وقبولهم بحقائقها والمشاركة في صياغة أسئلتها التي تتشد المزيد من المرفة الناتجة من تكاثر حلقاتها بدءاً بالبحث عن حل المشكلة ودون الرجوع إلى نقطة الانطلاق التي ثم تجاوزها بأسئلة جديدة.

واقع الصحافة الاقتصادية:

يؤكد د.محمد قيراط أمستاذ الإعسام في جامعة الشارقة أن مشكلة الصحافة الاقتصادية لا تختلف كثيراً عن مشكلة الصحافة السياسية ومشكلة الصحافة الثقافية ومشكلة النظام الإعلامي ككل.

وهذا يعني أن هناك مشكلات جوهرية تتعلق بسؤال محوري يتمثل في ماذا
نريد من النظام الإعلامي؟ التبرير والتنظير لتكريس الواقع، أم النقد والتقييم من
أجل تغيير الواقع؟ ويرى الدكتور قيراط آنه في معظم الأحيان ومع الأسف الشديد،
نلاحظ أن المطلوب إعلامياً هو التبرير والتنظير لما هو موجود مع رفض وجود قوة
مضادة وسلطة رابعة تراقب وتستقصى وتنتقد وتقيّم وتطالب بالتغيير".

يشير واقع الصحافة الاقتصادية في الأردن إلى بعض مواطن الضعف والسلبيات حيث نلاحظ ضعف الأداء وغياب التخصص وكذلك قلة المجلات





والصحف الاقتصادية المتخصصة وتداخل الإعلان مع الإعلام وسيطرة وكالات العلاقات العامة على المعلومة الاقتصادية في بعض الأحيان، الإشكال لا يتعلق بنشر أخبار عامة وأحداث اقتصادية عابرة بطريقة استعراضية ترويجية، وإنما يتعلق بدراسات وتحليلات وتعليقات وتقارير وإحصائيات وبيانات، وكل ما من شأنه أن ينشر الوعي والثقافة الاقتصادية التي تجعل من الفرد كائن اقتصادي.

هناك علاقة وطيدة بين المعلومة والقرار الاقتصادي ومن هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي في دفع عجلة الاقتصاد إلى الأمام ومسايرة التنمية الشاملة في البلاد وممارسة النقد والتقييم والتوجيه والإخبار ونشر الوعي الاقتصادي في المجتمع، فلا نجاح للتنمية والتطور والتقدم بدون أفراد يكونون في مستوى المسؤولية التي تقع على عاتقهم، فالاستثمار في تنمية الموارد البشرية يعتبر الاستثمار الرئيس والأساس لنجاح أي عملية تنموية واقتصادية، فالإعلام الاقتصادي هو يوصلة التنمية المستدامة فهو الناقد والمؤجه والمستشرف الذي يكتب ويحلل ويناقش ويستشرف وينتقد ويقيم القضايا الاقتصادية والمالية والإدارية، لذلك يجب أن يكون منخصصاً وله دراية وخبرة وتجرية في المواضيع الاقتصاديين متخصصين ويحاجة إلى عورات تدريبية بصفة منتظمة، وتعليم مستمر حتى يجدد المحررون الاقتصاديون معارفهم ومعلوماتهم وخبراتهم في مجال تغطية ومناقشة وتحليل ودراسة القضايا والشؤون والقضايا الاقتصادية.

الصحافة الاقتصادية في الأردن ومعظم الدول العربية بحاجة إلى نقلة نوعية،
إذ أنها مطالبة بالتغيير والتطوير والانتقال من الاستعراض والترويج إلى التحليل والتحقيق والنقد والتقييم، والواقع هنا لا يسمح بالارتجال والاستعراض والاكتفاء
بالبيانات الصحفية وتقارير المؤسسات وشركات العلاقات العامة، كما أنه لا
يقتصر على الترويج للمؤسسات والشركات بقدر ما هو بحاجة إلى بحث واستقصاء
وتقييم مبنى على مهنية وحرفية عالية.





نسف الخطاب الاقتصادي المعلب في الإعلام الخاس:

وسع الإعلام الاقتصادي الخياص، سبواء المطبوع أو الإلكتروني، حييز ومساحة العمل الإعلامي الاقتصادي بشكل لا يمكن لأحد إنكاره أبدأ، وطفي على المساحة الإعلامية الرسمية التي كانت تطوق الأقلام الاقتصادية قبل ذلك، والتي كانت قادرة على إكساب الخطاب الاعلامي الاقتصادي اللون الذي ترغبه، والنبرة التي تريدها، ومنذ انطلاقته في سورية مطلع الألفية الجديدة ساهم الإعلام الاقتصادي الخاص باستقطاب الكثير من الأقلام ذات التوجهات والميول الاقتصادية المختلفة سواء من الإعلاميين المتخصصين بالشأن الاقتصادي الذين توفرت لهم مساحة جديدة من حرية الكتابة، أو من الكتَّاب والباحثين والاقتصاديين الذين طرحوا بجرأة وجدّية قضايا الاقتصاد الوطني على صفحات ذلك الإعلام متمتعين إلى حد كبير بحرية مناقشة تلك القضايا وتحليلها في مرحلة اتسمت بضرورة الحاجة إلى النقاش والرغبة الشديدة للتعبير عن الأفكار ، والنتيجة الأولية هي أن ذلك الإعلام استطاع أن يقدم خطاب إعلامي اقتصادي مغاير ومختلف عن الخطاب الإعلامي الاقتصادي الرسمي الذي كان سائداً ومسيطراً ، كما وفر ضخ إعلامي وتدفق غزير للمعلومات بحيث باتت متابعته أمراً متعذراً بالفعل، ورصد الكثير من مشكلات الاقتصاد وسلط الضوء عليها ، وفتح الكثير من الملفات التي كانت .aalaa

من الكم إلى الكيف:

ذكرنا أن النتيجة الأولية لتوسع الإعلام الاقتصادي الخاص هي نتيجة إيجابية من حيث ضغ المعلومات، وتنوع الآراء، وتوسيع مساحة الحوار والنقاش الاقتصادي العام، وما إلى هنالك، لكن هذه النتيجة هي نتيجة "كمية" لا نتيجة "نوعية"، بمعنى أن التضغم الذي أصاب الإعلام الاقتصادي الخاص، وتلك الكثافة في المادة الإعلامية المنشورة ليست هي الدليل الوحيد والنهائي على تطور الخطاب



الإعلامي الاقتصادي الخاص، كما أن ذلك الكم الإعلامي لا يؤشر بالضرورة على قدرة الإعلام على التأثير في المجتمع أوفي الاقتصاد، فا الكم إن لم يتحول إلى قدرة الإعلام على التأثير للطلوب منه، أو على الأقل لن يلعب الدور الذي وُجد لأجله، ومن الواضح أن الإعلام الاقتصادي بشكل عام في سنواته الأولى كان أكثر حدة وجرأة في معالجة الكثير من قضايا الاقتصاد الوطني مدفوعاً بالرغبة إلى إثبات الذات الإعلامية، ولخلق علامة فارقة في الوسط الإعلامي، وكان عندها ميالاً إلى النوع بقدر ما كان ميالاً إلى النوع بقدر ما كان ميالاً إلى الكه.

لكن تلك الحماسة والرغبة بدأت بالضمور فيما بعد، وشاب الهدوء والتشابه والتقارب، والتكرار صفعات ذلك الإعلام حتى لا تكاد تجد اليوم علامة فلما بينها بالنهج الإعلامي المتبع، وساد نوع من التماطي البارد مع قضايا ساخنة جداً، وبدأت تتضح أكثر المصالح والتوازنات الإعلامية الاقتصادية بين الوسائل الإعلامية ذوي الملاقات والخلفيات والتشابكات الاقتصادية، وبين الوسط الاقتصادي الخاص والرسمي، مما انمكس سلباً على أداء الإعلام الاقتصادي الخاص ودفع به إلى المهادنة وعقد الصلح مع الكثير من الملفات الاقتصادية الحساسة، فانتقلت الكثير من الوسائل الإعلامية الخاصة إلى المالجة السطحية لتلك الملفات، أو رفض الاقتراب منها بالأساس، بالوقت الذي تحول قسم آخر منها إلى منطق المساومة عليها بطرق مختلفة، متحولاً بالتالي إلى أداة "طمر" للقضايا والملفات الاقتصادية بدلاً من أن يكون أداة "نبش" لها، وفقد بالتالي الإعلام الاقتصادي الخاص" عمقه الاقتصادي الذي وجد من أجله.

إعادة تقييم ومراجعة :

نستطيع القول إن الإعلام الاقتصادي الخاص، وبعد تسع سنوات من انطلاقته، لا بدله من مراجعة نقدية، وإعادة فحص وتقييم لبنيته، وللدور الوظيفي الذي يقوم به، وخاصة أنه ولد في مرحلة اقتصادية معلية تتميز بالتغير والتحول والانتقال من بنية اقتصادية إلى بنية أخرى تكاد تكون على النقيض من المرحلة





السابقة، وقد احتاجت هذه المرحلة وستعتاج إلى الحوامل الإعلامية الداعمة والناقدة لها بأن معاً انطلاقاً من اختلاف أو توافق المصالح الإعلامية - الاقتصادية، وبالتالي فإن ذلك التضاد والاختلاف في الرؤى والمصالح هو ما كان يجب أن يحول "الكم" الإعلامي الاقتصادي الخاص إلى "كيف ونوع" إعلامي مميز، وهو ما كان عليه أن ينقل ذلك الإعلام من نمط الإعلام "السردي" إلى نمط الإعلام "التعليلي"، ومن نمط الإعلام الذي يقوم بـ الإعلام الذي يقوم بـ "إعادة بث" الخطاب الاقتصادي إلى نمط الإعلام الذي يقوم بـ "إعادة تحليل وصنع ذلك الخطاب، لكن ذلك ما لم يحدث إلا جزئياً حتى الآن كنتيجة للتشابكات والتحولات التي تحدثنا عنها أعلاه، والتي جمدت الكثير من مفاصل الإعلام.

إن ما نريد التركيز عليه ومناقشته، هو بالضبط مفهوم وتركيبة الإعلام الاقتصادي التحليلي في الإعلام الخاص، وهنا لا بد من طرح السؤال الأساسي التالي: هل استطاع الإعلام الاقتصادي الخاص توليد "قيمة منضافة إعلامية اقتصادية" حقيقية؟ أم أنه ما يزال يقتصر على قول وترديد ما يقال فقط؟ وهل واجه وحاور الإعلام التغيرات الاقتصادية الميدائية أم أنه كان يسير خلفها بصمت فقط، وينقلها بحرفيتها؟

نزع عباءة القداسة:

يفتقر الإعلام الاقتصادي الخاص بشكل واضح إلى القدرة على تحليل الرقم الاقتصادي، وقراءة دلالاته الاجتماعية والسياسية، كما يفتقد أكثر من ذلك إلى القدرة على الريط بين الأرقام والمؤشرات الاقتصادية المختلفة والتي يمكن بواسطتها إدراك جوهر الخطاب الاقتصادي الرسمي ومعرفة إن كان ذلك الخطاب علمياً ومنطقياً أم لا، وما يحدث في النهاية فقط هو نقل وتكرار الأرقام الاقتصادية ذاتها والانبهار بها أحياناً كثيرة دون تحليلها وريطها مع بعضها البعض بطريقة تسمح للمتلقي بتحريض تفكيره تجاهها بطريقة مختلفة، أو استكشاف وتوليد معرفة ببدية وجديدة، فعندما يعلن الخطاب الاقتصادي الرسمي أن الاستثمار المنفذ وصل





في سورية إلى مليار دولار مثلاً خلال فترة زمنية معينة، وأن معدل البطالة خلال الفترة ذاتها وصل إلى ١٠٪ من قوة العمل عندها لا بد من ربط هذين الرقمين معاً باستخدام مفاهيم "كلفة فرصة العمل" و"عبد داخلو سوق العمل" لمرفة كم امتصت تلك الاستثمارات من الداخلين الجيد إلى سوق العمل من خلال قسمة رقم الاستثمار على وسطى كلفة فرصة العمل ومن ثم مقارنتها مع معدلات البطالة وعدد الداخلين إلى سوق العمل، عندها يمكن الوصول إلى حقيقة علمية معينة حول دقة وتناسق تلك الأرقام لمعرفة أن كان رقم الاستثمار صحيحاً أم لا، أو لمعرفة أن كان معدل البطالة صحيحاً أم لا، أو مثلاً عندما يروج الخطاب الاقتصادي الرسمي لتطور ونمو صادرات الصناعة التحويلية على أنها نمت بنسبة كذا بالمائة خلال أعوام معينة، لا بد للإعلام عندها من التفتيش عن تركيبة تلك الصادرات ونوعيتها وأسباب نموها وإن كانت تمير بالفعل عن تطور اقتصادي بنيوي أم عن تطور اقتصادي ظريع؟ فصادرات رب البندورة، والأحنية، وكراسي البلاستيك تعتبر صادرات صناعة تحويلية، لكنها لا تعبر إلا عن صادرات منخفضة القيمة المضافة وعن بنية اقتصادية ضعيفة مقارنة بما يتم استيراده من منتجات صناعية تحويلية أخرى لا تنتج محلياً، وقس على ذلك الكثير من الأرقام الاقتصادية الأخرى التي يمكن للإعلام الوقوف عندها وتحليل منضامينها دون أن يتناولها بطريقة "صنمية"، وخاصة الأرقام الاقتصادية الكبرى كأرقام النمو الاقتصادى، والفقر، والبطالة، والتضغم، وعجز الموازنة العامة، والعجز التجاري، والتي غالباً ما يكون الوقوف على طريقة حسابها ومعرفة نتائجها الاجتماعية والاقتصادية شيء غابة الأهمية، وفي هذه الحالة يكون الإعلام الاقتصادي التحليلي أحد الأدوات الهامة التي تمكننا من "نفي قداسة "الرقم الاقتصادي الرسمي من خلال العمل داخل ذلك الرقم وليس على محيطه فقيط، ويساهم من جهة أخرى في تحليل الخطباب الاقتصادي الرسمي ويكشف مدى انحرافه عن الواقع الفعلى لينتهي بذلك الخطاب إلى مساءلته عن مصداقيته، وإلزامه بأن يكون أكثر شفافية في كل مرة.





ضرورة التحليل القارن:

يفتقد الإعلام الافتصادي الخناص في سورية إلى منهجينة وأدوات "التحليل الإعلامي الاقتصادي المقارن وتحديداً لناحية الأرقام ذات الأهمية الخاصة حداً والتي تعكس في كثير من الأحيان صورة الاقتصاد أو تكثفها بشكل كبير، وذلك من حيث إما مقارنتها مع بعضها بعضاً من خلال فترات زمنية متعاقبة في الاقتصاد السوري، أو من خلال مقاربتها مع اقتصادات شبيهة وقريبة منه من حيث الطبيعة والسياسات خلال الفترة ذاتها، وبالطبع، فإن ذلك النمط من التحليل يتطلب مراكمة جيدة للمعلومات، وفهم دقيق للبنية الاقتصادية التي ولدتها في كل مرة، وعلى سبيل المثال فإن الإعلان أن معدل النمو الاقتصادي وصل في عام ٢٠٠٩ إلى ٥٪ مثلاً يتطلب من الإعلام أكثر من مجرد نقل الرقم عن لسان الحكومة، إذ يفضل أن يتعداه إلى مقارنته مع معدلات نمو السنوات السابقة لمعرفة إن كان الاقتصاد في وضع ديناميكي أم ساكن، ولمرفة اتجاهات تطوره، وهنا تتضح أهمية الناكرة الاقتصادية للإعلامي المختص بالشأن الاقتصادي في متابعة تطور هذه الأرقام والكشف عن نتائجها في كل مرة، الأمر الذي يفترض أن يقود في نهاية الأمر إلى وجود إعلاميين فادرين على قراءة وتحديد الاتجاهات الاقتصادية العامة المدعمة أكثر بنشاطاتهم وعلاقاتهم الميدانية مع مراكز النشاط والقرار الاقتصادي، وبالتالي فإن مرت الأرقام الاقتصادية الرسمية لمرة واحدة على صفحات الإعلام كما وردت من مصادرها دون تحليلها إعلامياً بالطريقة المقارنة فإنها ستبقى أرقام لا دلالة لها إلا الدلالة الآنية التي تخدم في النهاية مصالح الخطاب الاقتصاد الرسمي الذي يحاول البرهنة دائماً على انجازاته الراهنة فقط، ويكون الإعلام وعند هذه النقطة تحديداً قد دعم ذلك الاتجامية الخطاب الرسمي وكرَّسه، وأثلج صدور القائمين عليه

يضاف إلى ذلك أن بعض الإعلاميين الاقتصاديين ينقلون بعض التصريحات الرقمية التي يحصلون عليها حرفياً بحجة أنها تقع على مسؤولية المصدر دون التأكد من صحتها عبر ربطها مع طبيعة وهيكل الاقتصاد ذاته، أو عبر التأكد منها من



مصادر آخرى، أو أنه يتم نقلها في أحيان كثيرة دون الطلب من المصدر إسناد تلك الأرقام إلى وثيقة أو دراسة معينة، ونعتقد أن إلقاء معبؤولية ومصداقية تلك الأرقام على عائق المصدر فقط مو منطق إعلامي تبريري لا أكثر ولا أقل، وهو منطق يجانب ويبتعد عن دور ومسؤولية الإعلام الاقتصادي المقارن، ويكرس مفهوم التبعية للمعلومة، فهل يعقل أن ينقل على لسان أحد ما أن ناتج صناعة معينة مثلاً يشكل ٣٠٪ من الناتج المحلي الإجمالي دون أن يتم التأكد من صحة الرقم كونه من "مصدر اقتصادي مسؤول" علماً أن تلك الصناعة هي الأصغر بين كل الصناعات الأخرى، ولا تملك إلا مصنعاً واحداً أو اثنين؟ وعليه فإن أسلوب نقل المعلومات دون مقارنة يشوه الحقائق الاقتصادية، ويدخل المتلقي في تناقض، المعلومات دون مقارنة يشوه الحقائق الاقتصادية، ويدخل المتلقي في تناقض، وينفي إلى درجة كبيرة مصداقية الإعلامي والوسيلة الإعلامية ذاتها، ويحصر والإعلام في حيز النقل المباشر.

نظرياً ما زال أمام الإعلام الاقتصادي الخاص فرصة كبيرة ليضغي على بنيته مزيداً من الطابع التحليلي، وليرفض تناول الوجبة الاقتصادية المعلبة المقدمة إليه من كل حدب وصوب، فهناك إعلاميون من ذوي الخبرة الكبيرة، والباع الطويل في العمل الإعلامي الاقتصادي، كما أن أمام الاقتصاد السوري مراحل جديدة من التحول والتغير الاقتصادي التي تحتاج إلى إعلام تحليلي نقدي، لكن عملياً ومن أجل تحقيق تلك الفرصة لابد أولاً من فض التشابك بين المصالح والحسابات الاقتصادية الضيقة لأغلب أصحاب وممولي تلك الوسائل وبين السياسة الإعلامية لها، أو على أقل تقدير أن يكون هناك تقليص وتضييق لأثر المصالح والخلفيات والتشابكات الاقتصادية على الخيط التحريري لوسائل الإعلام كي يأخذ الإعلاميون هامش تحليلي أكبر، والتي نراها النقطة الأساسية تطوير ذلك الإعلام، دون أن تكون النقطة الوحيدة طبعاً (ال

⁽١) مجلة المال، العدد ٥٠، كانون الأول ٢٠٠٩.





الإعلام والاقتصاد... والاقتصاد السياسي:

أكثر ما يلفت انتباه المتنبع لوسائل الإعلام الاقتصادية في البلدان العربية، مهما كان نوعها مرئية كانت أم مطبوعة، هو أن خطابها يتماهى مع وسائل الإعلام السائدة في البلدان الغربية، أحاديث عن صفقات واستثمارات، ومهرجان يومي عن أسعار البورصات وتطورها، وتهكم على سياسات الحكومات العاجزة عن السيرفي ركب "الليبرالية" التي ستُطلق الطاقات لجلب النتمية، وفي هذا التماهي مفارقة كبرى عندما نفكر بالانتمادات والتعدية الكبيرة التي نجدها في وسائل الإعلام هذه السياسات الغربية، خاصة حول فلسطين والقضايا السياسية العربية عامة، وكأن الاقتصاد والسياسة الدولية حقلان لا علاقة لأحدهما بالآخر.

الهوة ذاتها نجدها أيضاً بين معالجة السياسات الداخلية والإقليمية، والتعاطي مع الشؤون الاقتصادية المحلية، الفارق هو أنه حتى في البلدان التي تحد كثيراً من حرية الإعلام في حديثه عن المياسة الداخلية، هناك حرية أكبر تمنح لانتقاد الإنجازات الاقتصادية وعن الفجوة التموية، أما أكبر المحرمات هنا فهو الربط بين الاثنين: أي معالجة الاقتصاد السياسي، الحديث المسموح الوحيد هو عن ظاهرة الفساد"، ولكن أغلبه من وجهة نظر أخلاقية، حيث يأتي حتى قادة البلاد ويطالبون بالعودة إلى التربية في المهد لإيجاد الحلول، أو في سياق انتقاد عدم همالية الأجهزة الحكومية "التي يجب تقليصها"، ونحن لسنا بعيدين هنا أيضاً عن "توافق

اللافت للنظر إذاً هو غياب التحقيقات والتحليلات في الإعلام العربي عن الاقتصاد المبياسي، أي عن الرابط الوثيق بين أنماط الإنتاج الاقتصادي- وهي تشهد تحولات كبيرة في البلدان العربية في السنين الأخيرة- ، وأنماط الإنتاج والسيطرة للسلطة السياسية، والمقصود بهذه الأخيرة ليست الحكومات، بل ما يتحكّم فيها من ملكيات أو جمهوريات أضحت في أغلبيتها وراثية، فمن يجرؤ في الصحافة العربية على التحدّث عن ميزانية "عائلة السلطة" وكيف يجري تمويلها؟ في



حين يجب مثلاً أن يصادق مجلس النواب البريطاني على ميزانية الملكة وعائلتها، ومن يجرؤ على التحقيق في الصفقات الكبرى، مسلاحاً كانت أم منشآت، وعن الفوائد والأواصر التي تخلقها هذه بين عناصر السلطة في البلدان العربية وقادة البلدان الموردة ورؤساء الشركات الكبرى؟ في حين تأتي الصحافة في هذه البلدان الموردة مراراً على آثار هذه الصفقات في تحييل الحملات الانتخابية لهذا الحزب أو ذلك، ومن يأتي في تحليلاته على آنماط النتظيم الاقتصادي في المجالات الربعية الكبرى في البلدان العربية: شركات النفط والطاقة، شركات الهاتف الخلوي، والإسمنت، والاستثمارات العقارية (انطلاقاً من تمليك وتقييم ثمن أراضي الدولة)، والمصارف والأسواق المالية، وغيرها؟ حتى انطلاقاً من مبادئ مُعترف بها، مثل: "الحكم الرشيد"، ومنع تضارب السلطات، والحفاظ على المال العام (أي ملك الدولة ومواطنيها)، وحماية صغار المساهمين، وهيمنة الشركات المتعددة الجنسيات، الخ.

ومضات جريئة عن هذه المواضيع تأتي في الإعلام، ولكن في سياق فضائح "هساد"، ورد الفعل لدى المواطن العربي حين بروزها - وهو يعرف الكثير عن هذه الأمور، ولكن عبر ما يسميه الفرنسيون "الهاتف العربي"، أي التواتر المهموس، وليس الإعلام - هو الحذر من أن تأتي هذه الومضات في سياق صراعات بين أجنحة في السلطة أو تصفية حسابات مع إحدى الأجهزة الحكومية أو الوزارات التي لم تتصرف "كما ينبغي".

وتبقى المعضلة في أن التكبير من هذه الأمور ليس "فساداً"، بل هو منظومة اقتصادية سياسية، تكمن في آلياتها أُسُس مشكلة "فجوة التنمية" في البلدان العربية، والترابط بين السياسي والاقتصادي، بل أسس مفهوم دولة المواطنة بحد ذاته، فالدولة، التي ضحّت شعوبنا للحصول على استقلالها من الاستعمار، ليست سوى هذا الجسم الذي يدير المسالح الخاصة (الموجودة حُكماً، لا خلاف على ذلك) لمصلحة المواطنين العامة، وهناك مصلحة عامة في الحفاظ على السيادة، كما أن هناك مصلحة عامة والسكن التعليم والصحة والسكن والكهرباء والتواصل عبر الطرق والهواتف والتهانات الجديدة، وهناك أيضاً مصلحة



عامة في ضمان حرية التعبير وسيادة القانون على الجميع وتكافؤ الفرص ومنع الاحتكار وفي توزيع نتاج الثروة الوطنية، لا لشيء إلا للحفاظ على البلاد، والمسألة هنا ليس كما يدّعيها البعض دفاعاً صورياً عن قطاع عام ضد القطاع الخاص، في دين يجري في كثير من الأحيان إنهاك القطاع العام عبر نهبه المنهجي، فالهام هنا ليس طبيعة مالك المؤسسة التي تتنج الخدمات بل دور الدولة الناظم كي تتوفر هذه الخدمات بأسعار معقولة (نسبة إلى مداخيل الأصرفي البلد) وتصل للجميع مهما بعدت دور سكنهم واختلفت ظروفهم الاجتماعية ريضاً وحضراً، إذ أن هذه الخدمات، انطلاقاً من التعليم والصحة والرعاية للأضعف، هي التي تُناسس في الحقيقة... المواطنة.

هكذا فحين تأتي سلطة سياسية وتقوم، دون مساءلة، بتنظيم قطاعات اقتصادية ربعية لصالح أبنائها ومريديها، بفية إنتاج وإعادة إنتاج واهادة إنتاج فلسها، فهي تُلغي في الوقت نفسه دور الدولة وتقلّصه إلى أدنى وأصعب حدوده، والفارق بين الأمس واليوم، هو أن الآليات قد تغيرت في أن السلطة تذهب إلى السيطرة المباشرة على هذه القطاعات الاقتصادية بحجة تتمية القطاع الخاص والليبرالية، في حين كانت في السابق تحصل فقط على العمولات من الصفقات الحكومية، أما الحكومات وما هي شرعية كثير من الوزارات في البلدان العربية من ناحية تمثيلها لبرنامج سياسي أو اقتصادي معين؟ فعليها أن تدير ما بقي للموازنات الحكومية لإدارة هذا التحوّل وتجنّب انفجار الأمور اجتماعياً مع تقلص الخدمات العارها، وعليها كذلك أن ترضخ عندما تختار السلطة إحدى الشركات المتحددة الجنسيات للحصول على الاحتكار المحلّى، لأسبابي "سياسية".

وهـذا تـداعيات لإضعاف النولـة، إذ حتى ولـو ضمنت آليـات الاقتـصاد السياسي استمرارية السلطة ومُنفتَها، نوعاً ما جرّاء تعقّد سبلها، فإن المجتمع يُترَك لطرق تنظيمه التقليدية (من العشائرية إلى الجمعيات الخيرية الدينية وغيرها، مع ما يتبع ذلك من صعود لتيارات تقهقرية)، كما يفقد لحمة المواطنة ويُصبح عرضةً للانفجار مع أي خضة تصيب السلطة السياسية وموقعها بين اللاعبين الإقليميين





والعالميين، قوّة الأجهزة الأمنية وتقنياتها المحدثة، والدعم من سلطات الدول الكبرى، قد تؤخر ذلك، ولكن المنظومة الدولية الليبرالية المفرطة التي تقوم على هذه الأسس هي أصلاً هشّة، قد تنقلب معادلاتها.

إعلامنا يفتقد الإعلام الاقتصادي المتخصص:

إضافة إلى الدور الرائد للإعلام كنوافذ تطل على شعوب العالم وتخلق تواصل ثقلة اجتماعي ما بين الشعوب في الآونة الأخيرة نجد بكثافة حضور الإعلام الاقتصادي المتخصص في تعريف الآخرين باقتصادات الدول ومجالات الاستثمار وعكس أسواق المال الداخلية للمستثمر الأجنبي فنجد مثلاً فتاة الـ Cnbc الاقتصادية في الخليج سلطت الضوء تماماً على أسواق الخليج وفتحت نافذة عبرها إلى الأسواق الأوربية.

في السودان مثلاً نجد غياب الإعلام الاقتصادي المتخصص فمثلاً الربط بين سوق الخرطوم للأوراق المالية كسوق تعكس الحراك الاقتصادي الداخلي للأوراق المالية كسوق تعكس الحراك الاقتصادي الداخلي للأوراق المالية والإعلام السوداني ربط ضفيل جداً، ويفيب الدور الإعلامي في تسليط الضوء على الاقتصادات الداخلية ودفع المستثمر عندما يقرر الدخول لسوق ما يبني دراسته على دراسة سوق متكاملة لارتباط العوامل الاقتصادية ببعضها البعض ولذا ففياب السوق المالية عن الإعلام يغيب السوق المالية عن نظيراتها في الوطن العربي والقارة وبقية أسواق المالية وكان قد اقترح مدير السوق المالية المصرية الربط ما بين المسوق المصرية وسوق الخرطوم للأوراق المالية بغرض تبادل التداول وإدخال الشركات المصرية في السوق السودانية والعكس إلا أن مثل تلك الشراكات الاقتصادية أو تكامل الأسواق الاقتصادية يتطلب تأهيل السوق الداخلية إعلامياً وتنظيمياً حتى يتسنى لها الاستفادة من مثل تلك التحاملات والاستكون خصماً على الاقتصاد الداخلي.



هل لدينا اعلام اقتصادي مؤثر؟ مصر أنموذجاً:

لقد لعب الإعلام الاقتصادي دوراً مهماً في تسويق إجراءات برنامج الإصلاح الاقتصادي في مدى السنوات الماضية ، وكان عنصراً مؤثراً في إقتاع الرأي العلم ببرنامج الخصخصة وجدواها الاقتصادية على المجتمع ككل، ومازال هذا الإعلام يقوم بدوره الواضح والملموس في تقديم وشرح الخطط التي تستهدف تحقيق النتمية المستدامة لجميع فثات المجتمع.

إن الإعلام الاقتصادي المصري يضخ كماً هائلاً من المعلومات ويرصد الكثير من المشكلات الاقتصادية ويفاقش ملفات متعددة بإسهاب متعدد.

ولكن مشكلة الإعلام الاقتصادي إن البعض ينظر إليه من الخارج، ويحاول تقييمه بدون البحث عن الأسباب التاريخية أو الاتجاهات المجتمعية في قراءة الصحف ومتابعة ما ينشر بها، ومن ثم يسارع بالحكم بمقولات أكاديمية يستممهل الاستشهاد بها مثل غياب الرؤية وضعف المحتوى والجمود وافتقاد التحليل.. الخ.

فتاريخياً.. لم يكن في مصر إعلام اقتصادي إلا مع بداية التسعينيات عندما تقرر الأخذ بسياسة الانفتاح، ولم تكن الصحف تنشر أخباراً اقتصادية سوى النشرات وبيانات الاجتماعات التي تأتيها من الوزارات أو يحصل عليها مندوبوها في النشرات وبيانات الاجتماعات التي تأتيها من الوزارات أو يحصل عليها مندوبوها في وزارة التخطيط والمالية، فقد كان الاقتصاد المصري يدار بشكل مركزي وكان النشاط الحكومي هو المسيطر ولم يكن قد ظهر القطاع الخاص بعد أن تم تجميده أو تأميمه مع قيام ثورة يوليو ١٩٥٢، وهذا أمر طبيعي.. ظم يكن هناك تتوع ولا منافسة اقتصادية إنما مجرد نشاط حكومي تتم تغطيته بشكل روتيني، كما يحدث في الأنشطة الأخرى، ولـنلك لم تكن هناك مساحات خاصة للموارد الاقتصادية بالصحف والمجلات، واقتصرت متابعة الأنشطة الاقتصادية على خمسة صحفيين فقط هم الأساتذة: إبراهيم نافع، سعيد سنبل، ماجد عطية، جميل جورح، ونبيل صابغ، إلى أن صدرت الأهرام الاقتصادي حيث كانت المجلة جورح، ونبيل صابغ، إلى أن صدرت الأهرام الاقتصادية الأولى في مصر، ثم بدأت الصحف والمجلات تتوسع تدريجياً في تغطية الاقتصادية الأولى في مصر، ثم بدأت الصحف والمجلات تتوسع تدريجياً في تقطية



الأنشطة الاقتصادية بعد أن بدأ دور القطاع الخاص في الظهور والتوسع في إنشاء الاتحادات المتغصصة وجمعيات رجال الأعمال وجمعيات المستغمرين بالمدن الجديدة، ثم تطلب الأمر تكليف صحفيين آخرين بتغطية النشاط الاقتصادي، وهنا ظهر الجيل الثاني من الصحفيين الاقتصاديين ومن أبرزهم: عصام رفعت وعبد الرحمن عقل وفاروق جويدة وعبد القادر شهيب وحسن عامر وأسامة سرايا وأسامة غيث وعبد الله نصار.

ثم كانت الانطلاقة الكبرى للصحافة الاقتصادية بتأسيس جريدة العالم اليوم كأول صحيفة يومية متخصصة في الاقتصاد، حيث ساهم نجاحها في البداية في المصحف اليومية الأهرام والأخبار والجمهورية بتخصيص صفحات خاصة وإصدار ملاحق دورية عن الأنشطة الاقتصادية المختلفة، وتوالي بعد ذلك صدور العديد من الصحف والجلات الاقتصادية أبرزها جريدة المال والاقتصادية والبورصة...

والمنى انه لا يمكن أن نقيم الإعلام الاقتصادي إلا بالرجوع إلى بداياته ورصدها ومن ثم التأكد من حداثته النسبية مقارنة بالإعلام السياسي أو الرياضي أو الفني، هذا من ناحية، أما الأهم من ذلك وعلى الرغم من أهمية الاقتصادية حياتنا إلا أن القارئ المصري، وقبل ظهور الإنترنت والجوال دائماً ما يفضل قراءة صفحات الرياضة والحوادث والفن، ويكتفي بقراءة صفحات الاقتصاد إذا كان بيحث عن موضوع يخصه بشكل مباشر.

ومع ذلك استمرت القاقلة تسير وأمس الحررين الاقتصاديين بكل الصحف والمجلات المسرية شعبة متخصصة بالنقابة، تضم حالياً ما يزيد على ٢٠٠ صحفي اقتصادي متخصصين في كل الأنشطة المالية والاقتصادية فالتخصص أصبح سمة العصر، وهو ما شجعته النقابة ومن بعدها الشعبة وأخنت على عائقها تنظيم دورات تدريبية مكثفة ومتنوعة لأعضائها على مدى العشرين عاماً الماضية.

الإعلام الاقتصادي حديث، ولا يتمتع بالأولوية في القراءة حيث انه في مادته الخام عبارة عن أرقام جافة وتعبيرات غليظة مبهمة مثل الاختلال الهيكلي والتمويل



بالعجز والبطالة المتنعة... الغ، وهو ما تطلب مجهوداً كبيراً من الاقتصاديين في الفهم والاستيعاب ثم الاجتهاد في عصب الفهم والاستيعاب ثم الاجتهاد في الشرح والتبسيط للقراء فالاقتصاد هو عصب الحياة على جميع المستويات ولا يمكن تجاهل متابعة أنشطتها وتفسيرها وتوضيحها للمخاطبين به.

نعم.. كان الاقتصاد مؤثراً عندما ساعد الحكومة في الترويج لبرنامج الإصلاح الله المسلام الإصلاح إلى المسلاح الله المسلام التسعينيات على أمل أن تصل ثمار هذا الإصلاح إلى الفقراء ومحدودي الدخل وهى الغالبية في المجتمع.

وعندما قدم برنامج الخصخصة المصري على طبق من فضة للمواطنين على أمل أيضاً أن يزداد الإنتاج الحلي وتتحسن جودته وتتخفض أسعاره!

كذلك لم تلق سياسات التحرير الاقتصادي والتحول الرأسمالي وقيادة القطاع الخاص لقاطرة التنمية ، ممانعة أو اعتراض وقد تحمل الاقتصاديون طوال تلك السنوات سوء النظن من قبل بعض المسؤولين والاتهام بعد الفهم.. بل ومعارضة سياستهم المبتكرة التي ستحول مصر إلى نمر اقتصادي جديد، خاصة عندما تصدى الإعلام الاقتصادي المصري إلى ما سمي بـ "روشتة صندوق النقد والبنك الدولي"، وطالبنا بالتدرج في برامج الإصلاح ربما يتناسب مع طبيعة وظروف المجتمع المصري فضلاً عن رفض محاولات البيع العشوائي لبعض مظاهر الثروة القومية مثل شركات الحديد والصلب والأدوية وشركات التجارة الداخلية التكبرى، إلى جانب الكشف عن العديد من قضايا الفساد واستغلال النفوذ، نعتقد أن دور الإعلام الاقتصادي في كشف قضايا توظيف الأموال لا يمكن أن يجهله أحد أو يتناساه.

فكيف بعد كل ذلك.. يجزم البعض مستخدماً تعبيرات أكاديمية معلبة لا تصلح سوى للتدريس في قاعات المحاضرات.

إن الإعلام الاقتصادي المصري مازال جامداً وضعيف المحتوى وتغيب عنه الرؤيا ويفتقد العاملون فيه القدرة على تحليل الأرقام والبيانات.



سبل تفعيل دور الإعلام الافتصادي في عملية التنمية في العراق:

تساهم التغطية الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية للشؤون الاقتصادية عند المريدة والإلكترونية للشؤون الاقتصادية عن طريق نشر الأخبار والآراء والتحليلات وتفسير المصطلحات الاقتصادية المقدة ونشر المعلومات التي تشمل على الحقائق والأرقام والإحصائيات والدراسات والأبحاث.

وتنفرد الصحافة في عملية توثيق الملومات والتحليل والتقسير المستند على استخدام أدوات البحث العلمي في العمل الصحافي، وإجراء استطلاعات الرأي لمعرفة اتجاهات الجمهور حول قضايا التنمية والاستثمار، والقاعدة الأساسية لكل وسائل الإعلام هي أنها مجرد قنوات توصيل كفوء بين وسط الأعمال والجمهور الأوسع، وبالتالي فإن الأخبار والتحليلات الاقتصادية ليست إلا مؤشرات ولا يجوز استخدامها كأساس لأجراء المنفقات الاقتصادية ، والإعلام الاقتصادي نشاط شامل ومخطط ومتمدد الأبعاد بخاطب الرأى المام بهدف إقتاعه بضرورة المشاركة الايجابية في عملية النتمية والإصلاح الاقتصادي وبرامج إعادة الأعمار الاجتماعي عبر تقديم صورة عن طبيعة التوجهات المستقبلية للاقتصاد والتعريف بالنشاطات والفعاليات الاقتصادية والتتموية والطاقات المتاحة وتشجيع حركة التبادل الاقتصادي والاستثماري بشتي مجالاته وصوره من خلال ما يسمى بالاتصال المزز للتنمية، الذي يهدف إلى نشر ثقافة التنمية بعرض وتبسيط وشرح وتفسير وتحليل المضامين الاقتصادية في قوالب إعلامية مهنية جاذبة لخدمة أهداف التعليم والتثقيف ونشر الملومات وتنشئة المجتمع على مفاهيم تتموية تخدم مصالحهم وتمس حياتهم اليومية ومستقبل أجيالهم، ويرتبط تطور أداء الإعلام الاقتصادي ارتباطاً وثيقاً برغبة الدولة في تحسين المناخ الاقتصادي وتوسيع دائرة المشاركة في عملية صنع القبرار الاقتصادي، وتحسن درجة الشفافية وقبول الانتقاد، ولضمان نجاح الإعلام في نشر التنمية لابد من وجود رؤية واضحة وإستراتيجية للإعلام الاقتصادي، تهدف إلى إبراز فلسفة التتمية وتوجهاتها، واستخدام أدوات البحث العلمي لزيادة المقدرات الإعلامية



على التحليل والاستقراء، والمهنية والصداقية واحترام الحرية الصحافية والاستقلالية ية تحديد مشكلات وقضايا وتحديات النتمية، والاستفادة من العلم والتكنولوجيا الإعلامية والثورة التقنية، لبناء قاعدة معلومات وتحليلات يستفاد منها في وضع إستراتيجيات وتحليل السياسات، وتصاهم وحدات للإعلام الاقتصادي المعززة لدور النتمية في توجيه سلوك المواطنين، وحضهم على تحمل مسؤولياتهم في مجالات إعادة الإعمار والتتمية، وإبراز وجهة نظر المجتمعات المحلية وعمل تسويق اجتماعي لشروعات النتمية، بتحويل الصحف ووسائل الإعلام الأخرى إلى مواقع لمرض نتائج الدراسات العلمية الاقتصادية، ومنابر لتبادل الأفكار والآراء الاقتصادية والمالجات الواقعية لقضايا وهموم التتمية، عبر حضورها بقوة في الفعاليات الاقتصادية وتواصلها مع الحركة الأكاديمية في هذا المجال، واختيار المعلومات والموضوعات بشكل دفيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من أجل جنب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية في مجال الإعلام الاقتصادي.

ولتفعيل دور الإعـلام الاقتـصادي في العـراق ينبغـي أن يركـ ز الخطـاب الإعلامي على القضايا الآتية:

- التعريف بالتحديات التي تواجه عملية التنمية في العراق وبخاصة مشكلة الفساد الإداري والمالي.
- ٢- التعريف بعناصر القوة والضعف في الاقتصاد العراقي، وتحديد طبيعة النور الذي يمكن أن تلعبه كل من أدوات السوق والتخطيط الاقتصادي في عملية التويع والتغيرات الهكاية وتحفيز القطاعات الإنتاجية وبخاصة قطاع الزراعة والصناعة التحويلية، على آجراء عملية التصحيح للهيكل الإنتاجي.
- ٣- بلورة الأفتكار المتصلة باقتصاد السوق ومزايا الحرية الاقتصادية وتعزيز دور القطاع الخاص في الإنتاج وخلق الوظائف ويتوسيع نشاط المشروعات الصفيرة والمتوسطة، باعتبارها شرطاً لازماً لزيادة إنتاجية المجتمع وإطلاق طاقاته وتتمية روح التنافس بين قطاعات النشاط الاقتصادي وخلق الثقافة والوعي





- الاقتصادي الـذي يمكـن أن يـماعد على تفعيل المشاركة الايجابيـة مـع المتغيرات الناجمة عن التحول نحو اقتصاد الموق.
- 3- التصدي للظواهر الاقتصادية ذات الصلة بحياة المواطن كأزمات توزيع المشتقات التفطية والكهرباء والخدمات الأخرى وظاهرة التضخم وتحسين الأجور والرواتب للتهوض بمستوى معيشة الشرائح المختلفة
- ٥- متابعة التقدم المحرز في مجال التنمية البشرية، وتوسيع خيارات الناس،
 وتنمية الموارد البشرية، ومشكلة البطالة والقضايا الأخرى ذات المسلة
 بالسكان والقوى العاملة ومتطلبات سوق العمل.
- ٦- الاهتمام بالقضايا المتعلقة بعلاقة الاقتصاد العراقي بالعالم الخارجي وفي مقدمتها الانفتاح الاقتصادي والعولة والانتفاقيات التجارية الثنائية والمتعددة الأطراف والمناطق الحرة، ومدبل زيادة التدفقات المائية الواردة والاستثمار الأجنبي المباشر والاستفادة من مزايا العولة والانفتاح التجاري والاقتصادي.
- ٧- الابتعاد بقدر الإمكان عن توجيه الجمهور نحو مجالات استثمارية معينة، لتجنب ما قد يترتب على هذا التوجيه من مكاسب أو خسائر بمكن أن تلقي بتبعاتها على وسيلة الإعلام، فقد يلجأ بعض الماملين في وسائل إعلام إلى تضليل المستثمرين من خلال التقديم لهم بشراء أسهم تراجع سعرها في السوق، من دون الارتكاز على أي تحاليل أو دراسات مهنية.
- الاهتمام بقضايا البيئة وقضية التوافق ببين النصو والاعتبارات البيئية
 والاستخدام الرشيد للموارد.
- ٩- إضفاء طابع مشوق على الإخبار الاقتصادية للتخفيف من التعقيد والمثل الذي قد يصيب القبارئ أشباء مطالعة الإحصاءات والحقبائق الاقتصادية وعدم التركيز على النعبة، فيما أن المواطن العادي مهمل وغير مدرج ضمن أجندة التوعية والتوجه الإعلامي.
- افتح باب النقاش بشأن القضايا التنموية، لإنماش الوعي التنموي للمجتمع العراقي.





التقليل بقدر الإمكان من الإعلانات التي تحرض على زيادة الاستهلاك،
 والتوعية بأهمية زيادة الادخار.

١٢ - وضع إستراتيجيات وخطط آنية ومستقبلية للنهوض بالمستوى الفني للمنتج الإعلامي المحلي المقروء والمسموع والمرئي والالكتروني في ظل التدفق المطرد للمعلومات والتطورات التقنية العالمية.

الصحافة الاقتصادية في عصر المال:

تقول محررة الأنباء المالية في مسعيفة "نيويورك تايمز" ديانا هنريكس: "إن هذا الازدهار في صحافة الأخبار الاقتصادية لا يتعلق بنا فملاً، بل يتعلق بعلاقتنا بالذين نسعى إلى الوصول إليهم، أكنا نسمهم قراء، أو مشاهدين".

الاقتصاد الحديث ينمو بالتناسق مع الأسواق ورأس المال، والسؤال الرئيم في هذه الرؤية من الصحافة المدنية هو كيف تتم تغطية الصحافيين لعصر المال هذا؟ وكيفية تعاملهم مع القراء فيما يخص أنباءهم وأخبارهم الاقتصادية، هل نحن فعلاً نمتلك صحافة اقتصادية تستطيع مواكبة ما نتطلع إليه من نمو اقتصادي وتحسن في بنيتنا المجتمعية؟

تـدرب معظم الصحافيين على تغطية الحوادث السياسية ، والمؤسسات الأكاديمية العربية تهتم بتهيئة مخرجاتها لتكون قادرة على مواكبة الخبر السياسي أو الاجتماعي، إلا أن أحداً منهم ليس على استعداد أن يحفظ عن ظهر قلب أسماء جميع أعضاء منظمة أويك مثلاً؟ أو حتى اسم رئيس البنك الدولى؟

مصطلحات مثل "التضغم الاقتصادي"، "رأس المال الرسمي"، "السنادات المالية الحكومية والخاصة"، "معدلات فوائد الإقراض" وفهم العلاقة بين "المخاطرة والمكافئة"، "مصارف التروفير"، "صناديق الاستثمار في أصواق المال"، "أقساط التأمين التقاعدية السنوية"، وطبعاً ماذا تعني بالضبط "زيادة مؤشر طوكيو أو نيوروك"، كلها آفاق لابد للصحافة المدنية أن تعيها، وتتفهمها، وألا تكون مثل ناقل المعرفة الجاهل بها، لا شك في أن الصحافة المدنية المهتمة بالشؤون الاقتصادية



والتجارية هي مطلب وطني لأي دولة تسعى إلى أن يطلق عليها دولة مواكبة للمنظومة الاقتصادية العالمية، كما أن دخول الاستثمارات الدولية إلى أي دولة من دون وجود صحافة وأجهزة مجتمعية قادرة على التعامل معها وتفعيل نجاحاتها هو مطلب مجتمعي له آثاره السيئة.

الصحافة المدنية المهتمة بالاقتصاد تسعى إلى إنتاج القالات الشفافة والعميقة الاطبلاع البتي تبأتي بفيرح الوصبول إلى قمية منجني الاقتيصاد ومفاهيم رأس المال الوطني، الصحافة المدنية في بعدها الاقتصادي تهتم بأن تعلم القارئ بمكانة دولته المالية تحديداً ، لا أن تربكه في بيانات مالية معقدة ومصطلحات لم يسمع بها من قبل.

تزداد الحداول والمؤشرات، ولا يدرك القارئ حقيقة علاقته بهذه الحداول المقدة، كما أنه يحس بحالة من الاشمئزاز حين يقرأ كلمة "التضخم الاقتصادي" خاصة دون أن يدرك ما معنى هذا التضخم؟، والأهم من ذلك، ما المشكلة بالنسبة له حين يعاني اقتصاده من هذا التضخم؟١.

يعتقد البعض أن التوسم المثير في السنوات الماضية في أخبار الاقتصاد أوجد فريقاً من صحافيي الأخبار المالية بتمتعون بخبرة عميقة وواسعة لا بمكن مضاهاتها في التعامل مع الصفحات الاقتصادية، وأن الوسائل التقنية في يومنا الحاضر سمحت لنا بأن نعمل أكثر، وبصورة أفضل وأسرع، ولكن الحقيقة أننا مازلنا نجد صعوبة كبرى في تأسيس صحافة اقتصادية مدنية، دلالات الضعف والتقصير تأتي في الملاحظات الآتية:

تعمد الصحافة البحرينية- كنموذج أجرى عليه بحثاً خاصاً يغطى الصحافة الاقتصادية- إلى تكرار أخبارها الاقتصادية كل يوم بمعدل مخيف يصل أحياناً إلى ٧٥ في المائة، بمعنى أن الصحافة البحرينية تفتقر إلى الخبر الاقتصادي، وإلا فلماذا يكرر المحررون الخبر وفي بعض الأحيان يكرر الخبر بالصوغ نفسه والصور ذاتها.





- يعبر الكثير من الأفراد عن جهلهم بمحتوى الأخبار الاقتصادية، سواء في
 صعوبة المصطلحات الاقتصادية، أو شح المعلومات التوضيحية والرسوم
 البيانية الكفيلة بتوصيل المعلومة بشكل أسهل وأوضح.
 - مازالت القابلية على قراءة الملحقات والصفحات الاقتصادية ضعيفة.
- مازالت التحقيقات الاقتصادية التي يقوم بها بعض الصحافيين غير قادرة على
 البروز والتأثير في صناعة الرأي العام أو التأثير عليه.
- مؤسسات المال والاقتصاد مازالت بياناتها الإعلامية خاضعة لكثير من الضغوط السياسية أو الإدارية، وليست بالمستوى المطلوب من الصدقية والبوح بالحقيقة.
- مؤسسات المال والمرافق التجارية والاقتصادية عاجزة عن التواصل من الشارع
 المام المربي، بمعنى آنها لم تخلق فعالاً وعياً حقيقياً للشارع العربي نحو
 أهميتها أو دورها التتموي.

صدقية الخبر الاقتصادي:

يستطيع صحافي متخصص بأخبار التكنولوجيا أو الأخبار الطبية أن يتجنب بسهولة الاتهامات غير المناسبة، كاتهامه بأنه لا يحمل الصدقية في نقله الخبر أو المعلومة، إلا أن الصحافي الاقتصادي يكون في مأزق كبير ومرهق، ومن الجميل في هذا السياق الإشارة إلى أن التحقيقات التي أجراها الكونغرس الأمريكي بشأن انهيار سوق الأسهم الأمريكية العام ١٩٧٩ تشير إلى أن المتلاعبين في السوق كانوا يدفعون إلى مراسلي الصحف في نيويورك المال لتحبيد أسهم معينة عند الطلب، كما أن الصحافي الأمريكي آرثر كروك الذي عمل في صحيفة "نيويورك وورلد تلغرام"، عمل فعلاً بالسر مستشاراً للعلاقات العامة في شركة "ديلون ريد" للاستثمار القائمة في طول ستريت، فكان يكتب أخباراً زائفة لمسلحة شركته.

لابد أن تكون الصحافة الاقتصادية في المجتمع المدني متصفة بالحياد والصدقية في نشر الخبر الاقتصادي، ولابد من وضع معايير واضحة تتفق عليها





الأطراف المنية في تحديد صدقية الخبر الاقتصادي، كما أن التحليلات الاقتصادية لا يمكن أن التحليلات الاقتصادية لا يمكن أن تتعصر على محلل واحد فقط، فالعملية قد تخضع لمصالح شخصية لشركة على أخرى، لذلك لابد من تكثيف الدورات التي تؤهل كل مجتمع عربي إلى إنتاج مؤمسسات إعلامية اقتصادية تهستم بوظسائف التحليل للبيانسات المالية والاقتصادية.

صحافة نقل... لا نقد أو تحليل:

إن معظم المحررين الاقتصاديين الجدد يمالجون الأخيار الاقتصادية المحلية من منظور العاملين في هذا القطاع، بمعنى أنهم يقومون بنقل ما يقال لهم، وقلما تجد الأعمدة الشارحة أو المعقبة على تلك البيانات أو الأخيار، ولهذا أصبح القراء مستهلكين غير قادرين على التفاعل مع ما يكتب لهم، صفحات الأخيار الاقتصادية بها داء كبير، فهي لا تقرأ إلا ممن بعث أخبارها إلى الصحف ليتأكد ببساطة من نشرها.

الطريف أنه أثناء هذا التحول "بمعنى ندرة القراء للصفحات الاقتصادية" ولأن القراء المقصودين قد أصبحوا أقل عدداً، فقد أصبح عدد الصحافيين الاقتصاديين أيضاً أقل، لهذا تعاني الصحافة العربية ومؤسسات المال على السواء من ندرة وجود الصحافي الاقتصادي المتميز، إذ إن أخبار الأعمال في يومنا الحاضر نادراً ما تدق الأوتار الرنانة، أو تتطرق إلى موضوعات تملأ القلب اعتزازا بالعمل الصحافي العظيم، معظم هذه الأخبار تصدر أصواتاً لا يسمعها أحد، لذلك تجد عزوفاً ملحوظاً في أوساط الصحافيين عن العمل في الصفحات الاقتصادية.

الصحافة الاقتصادية تقتصر على تعرير البيانات ولا تنتج الخبر:

منذ بداية التسمينات حتى ٢٠٠٧، تطورت الصحافة الاقتصادية، وأصبحت الصحف تولي الأخبار الاقتصادية اهتماماً أكبر، ذلك بطبيعة الحال يعود إلى انتماش الاقتصاد خلال هذه الفترة، في مرحلة عودة الثقة إلى المتطقة بعد انتهاء حرب



الخليج، وتوسع القطاعين المائي والصناعي بشكل كبير، ويسبب سخونة أوضاع قطاع العمالة، انتهاء بتقديم الإصلاحات الاقتصادية وتفاعلها مع القطاعات المختلفة، كل هذا حرك الإعلام الاقتصادي محلياً وإقليمياً إلى درجة أن الصحف الإقليمية كانت تكتفي بمراسلين للصفحات الاقتصادية بسبب وجود الكثير من الأخبار التي يمكن نقلها وإعداد التقارير والتحقيقات حولها.

إلى ذلك ظل انتعاش الصحافة الاقتصادية مرتبطاً بالأوضاع الاقتصادية وانعكاساً لها خلال الفترة التالية حتى حدثت الأزمة المالية الأخيرة في ٢٠٠٨، وقد تأثرت الصحف كثيراً بالأزمة التي بدأت تخفض مداخيلها من الإعلان، وبدأت تقلص مصروفاتها بتقليل عند الصفحات الاقتصادية وتقليل عند الصحافيين، كما أن الكثير من الأعمال تأثرت وتعثرت فكان ولا بد لهذا الوضع من أن يدفع هذه الأعمال إلى الاختفاء عن الواجهات الإعلامية ريثما تتحسن أوضاعها، وانعكس كا ذلك على الإعلام الاقتصادي كمّاً وكيفاً.

هروب الصحافيين:

من المكن القول الآن إن الصحافة الاقتصادية تحديداً تشكو هـروب الصحافيين الذين يتيح لهم عملهم الصحافي التمرف على فرص عمل في الموسسات العامة والخاصة التي هي مصادر الأخبار بالنسبة إليهم، ذلك بسبب الضمان الوظيفي خصوصاً في ظل الإغلاقات المتوالية للصحف، وكذلك لأن البعض يرى مع الوقت أن مهنة الصحافة تستهلك الوقت والجهد ولا ينعكس ذلك في مستوى الدخل، وهو ما يدعوها إلى القول أيضاً أن الصحافة الاقتصادية تشكو من قلة الصحافيين يدعوها إلى القول أيضاً إلى وظائف أرفع دخلاً توفرها لم مؤهلاتهم.

أما المشكلة الحقيقية فهي صعوبة توافر الملومات إذ لا تزال الجهات الحكومية متحفظة في توفير الملومات برغم حق الصحلف في الملومة، وهذا يترك الصحلف على الملومة، وهذا يترك الصحلف عرضة للتخبط ويجب بذل الكثير من الجهد للحصول على الملومات.





والصحافة الاقتصادية لا تعتمد على المادة المحلية فقط، فهي مزيع من الأخبار والتقارير التي تأتي من كل مكان، لذلك فإذا كنا نتحدث عن مهمة الإخبار والتقارير التي تأتي من كل مكان، لذلك فإذا كنا نتحدث عن مهمة الإعلام، أي أن تتيح الأخبار والتقارير المنشورة التمرف على ما يدور في المالم فالصحافة تقوم بهذا الدور اعتماداً على وكالات الأنباء وحرفيتها، أما على الصعيد المحلي، فتكاد الصحافة الاقتصادية تقتصر على تحرير البيانات الصحافية التي تردها من مصادر مختلفة، ربما ببعض الإضافات والخلفيات، وكذلك تقريخ التقارير الدورية إلى مادة خبرية، وحتى هذه يغيب عنها التحليل من قبل المحرر أو الخبراء الذين يمكن الاستهانة بهم، هذه مواد إعلامية بدون شك ولكن هناك الكثير من المكن إضافته إليها ببعض الجهد الإضافية.

والسبب يعنى إلى عدم التخصص أو بسبب ضغط العمل، إذ أن عدد الصحافيين العاملين في الصحافة الاقتصادية أصبح فليلاً، أو بسبب أن الكثيرين تتقصهم الخبرة والخلفية الاقتصادية التي تمكنهم من قراءة الأحداث بالشكل الصحيح وإعداد الموضوعات على هذا الأساس.

والحافز الذاتي للصحافح بشكل عام مهم، ولكن تقدير إدارة التحرير للموضوعات الاقتصادية ووضعها في مواقع مهمة على صفحات الصحيفة أيضاً مهم، وحيث إن بعض الصحف لا تولي الخبر الاقتصادي الأهمية الكافية لتحفيذ الصحافيين فإن الإحباط يبدأ بالتملل إلى هؤلاء الصحافيين بالتدريج ويخف الحماس وينعكس ذلك على العمل والإنتاج.

كما أن واقع التدريب المصحافي خمارج المأمول، ويعتقد المبعض أن الصحافيين الجدد أكثر حظاً من جيل النين سيقوهم، فهناك العديد من الدورات والفرص التدريبية التي تقام محلياً أو يدعون لها من الخارج لم تكن مطروحة أمام الجيل السابق، وهناك صحافيون جادون في تطوير مهاراتهم ومستوى عملهم فهم يستفيدون من هذه الفرص، ولكن للأسف هناك من الصحافيين من يتخذون من الصحافة وظيفة اعتيادية.





أما الالتزام بأخلاقيات المهنة في السنوات العشر الأخيرة خصوصاً بعد توالي ولادة المشاريع الصحفية، وبعد أن أشرت الأزمة المالية على التعاطي الصحفي في الشأن الاقتصادي فهذا يجرنا إلى السؤال التالي: هل يحتاج الشارع الصعفي أن يتم تفعيل الالتزام بعيثاق شرف؟

ونعتقد أن هذا أمر مهم جداً، فقد أصبحت دعوة الصحافيين من قبل المؤسسات أو إقامة حفلات تكريمهم من قبل المؤسسات الخاصة والعامة أمراً اعتباداً، بل وتنشر صور الصحافيين المكرمين بفخر في اليوم التالي، وهذا ينال من صدقية الصحافيين وتغطيتهم الأخبار هذه الجهات والقضايا التي يستقصونها في هذه الجهات، إلى جانب تقشي قبول الصحافيين للهدايا وتذاكر السفر أو قبول تحمل تكاليف السفر لتغطية أحداث خاصة بالمؤسسات، كل هذا يقترح انتفاء الحيادية في نقل المعلومة بل العمل كعلاقات عامة لهذه الجهة.

وبشأن التعاطي الصحافي في ظل الأزمة يمكن القول إنه في أوقات الأزمات يكون المجال خصباً للعمل الصحافي، لأن هناك الكثير مما يستحق المتابعة كأي أزمة أخرى لا تترك الأمور تسير على رتابتها، ولا يهم بطبيعة الحال ما يود المسؤولون تمريره إلى وسائل الإعلام بأن الأوضاع "مستقرة" ولم تتأثر الأمور بالأزمة، فدور الصحافة ليس الاستماع إلى التصريحات الرسمية وتصديقها ونقلها إلى جمهورها، وإنما قراءة الأوضاع بأسلوب منطقي وتحليلها إن أمكن أو اللجوء إلى الاقتصاديين للمساعدة في هذا المجال، ولا بد من استقصاء التأثيرات الحقيقية لهذه الأزمة لمساعدة القارئ لتكوين صورة واضحة وواقعية عن الوضع، هذا ليس واضحاً في المسعداة المحلية خصوصاً مع إصرار المسؤولين على أن الأوضاع لا تزال "ممتازة" وهذه معلومات مضللة وساذجة أيضاً، لن تطمئن القراء ولا المستثمرين كما يراد

الشق الثاني من التأثيرات كان على الوضع الصحلية ووضع الصحافيين بشكل عام، فقد تأثرت مداخيل الصحف بسبب انخفاض الإعلانات وتقلصت الصفحات وأعيدت الملاحق الاقتصادية إلى داخل الصحف بعد أن ازدهرت في





السنوات الماضية وتنافست الصحف في إعداد الملحق الاقتصادي، كذلك انعكس سلباً على أوضاء الصحف.

صحافة نخبوبة:

لكن أين موقع الصحافة الاقتصادية في الـنول العربية في خريطة الصحافة المترفة؟

إن الصحافة في بعض الدول العربية جيدة وتفطي الأخبار الاقتصادية بشكل جيد، كما تقدم بين الحين والحين التقارير والتحقيقات، إلا أنها لا تزال بحاجة إلى كتّاب المقالات في الشأن الاقتصادي، كما أنها بحاجة إلى مزيد من التحقيقات ذات الطابع الاقتصادي لتؤدي وظيفتها كما ينبغي بالكشف عن خفايا تحدث في القطاعات العامة والخاصة، وأن تكون صائعة أخبار.

وهذا يجرنا إلى سؤال آخر، هل أن الصحافة الاقتصادية صحافة نخبوية، أم أن المتغيرات الاقتصادية المسارعة جعلت منها صحافة عامة؟

لاشك أن الصحافة الاقتصادية موجهة إلى فئة معينة ، مهتمة بالشأن الاقتصادي ولتأثيرات المهمة لكل ما يحدث في القطاع الاقتصادي، ولكن مع تفاعل الناس بشكل عام مع المتغيرات المختلفة ولتأثيرها المباشر وغير المباشر على الأفراد والمؤسسات، كإصلاحات سوق العمل مثلاً التي يتأثر بها كل فرد في عالم الأعمال وخارجه، توسعت فئة المهتمين بالأخبار والمجريات في الساحة الاقتصادية.

إذن هناك حاجة ملحة لتدريب الصحافيين على كيفية تناول الموضوعات الاقتصادية وتصميم مواد تدريبية خاصة للعاملين في هذه الفئة من الصحافة للتحدث باللغة الاقتصادية حتى تصبح المواد الصحافية الاقتصادية مفيدة للقراء من مختلف الفئات.

أما ما ينقص القطاع الصحافي بشكل عام فهو "وجود جهة نقابة أو جمعية للصحافيين للتأكد من الالتزام بأخلاقيات المهنة والتذكير بها وتنبيه المخالفين، وبشكل عام خلق ثقافة الالتزام بأخلاقيات المهنة بين الصحافيين".





حرية الصحافة الاقتصادية:

حرية النقد والمتب ضرورية لتحقيق النمو الاقتصادي الناجع القادر على تحقيق المتكتسبات الوطنية التي يسمى الوطن لتحقيقها لمجتمعه من أجل أن ينمو دخل الفرد وتقليص البطالة وتفادي التلاعب بالأسعار التي تسبب الفلاء، ليس هذا فقط بل تجنيب المجتمع انهيارات كبرى قد تحدث في أكبر الدول وأكثرها حرية..

وكلنا يعرف فضيحة بنك (فورتيز) وهو في أوروبا الذي بيع بشكل مغل للأعراف القانونية وكان للصحافة دور في فضح القضية وهي بيع البنك، وحفظت حقوق المساهمين وألفي بيع البنك.

ولكن في بداية مطالبتنا بتحقيق حرية عالية قدر الإمكان في نقد جميع المؤسسات الاقتصادية لا ننكر حقيقة أن هذه الحرية نمت كثيراً وانتُقدت كثير من المؤسسات الكبرى مثل وزارة المالية ومؤسسة النقد ووزارة العمل، وتلقت تلك المؤسسات ذلك النقد بصدر رحب ولم تطالب بإسكات الأقلام الناقدة.

لعل من أساس نجاح النموذج الصيني هو أن الحكومة الصينية منذ مطلع التسعينات سمحت بحرية الصحافة الاقتصادية وحوكم الكثير من قادة الصناعة المسينية (مصنع الحليب).. كانت حكمة القيادة الصينية ترى أن الاقتصاد هو أساس انضباط المجتمع وأساس تحقيق رفاهيته.. مع النمو الصيني نست الأقليات الصينية أنها أقلية بل أصبحت أغلبية مالية باستثناء (رهبان التبت) المزولين، والذين تحركهم دول خارجية كالدمى.. وأول من يسخر منهم المواطن الصيني نفسه، الذي يرى أن الانفتاح والحرية الاقتصادية حتى في الصحافة الصينية أهم من حرية رهبان

مع مطالبتنا بحرية الصحافة الاقتصادية.. هذا لا يمني أن تنطلق الصحافة كالوحش المسعور لنقد كل ما تراه و(لطم) المسؤولين عبر استخدام لفة الملم مع المسؤول، وتجاهل تاريخه وخبرته، ويجب أن تصون الصحيفة الحرية بالرصانة لا بالتهور، وإليكم النموذج المسري فلا تزال صحف الحكومة المصرية مثل الأهرام



والأخبار هما الصحف الأكثر قراءة من صحف المارضة هناك، والسبب أن الصحف الوطنية تراعي (قدر المستطاع) تحقيق أعراف الهنة بعكس صحف المعارضة المعبورة التي لا تتورع عن قذف المسؤولين في أعراضهم حتى حياتهم الزوجية كنباً وتلفيقاً حتى فقدت احترام القارئ لها.

حرية الصحافة الاقتصادية ضرورية ليس فقط لكف تلاعب وأطماع تاجر يعرض سلعته بسعر مرتفع دون مبرر وكل صحف العالم تؤكد أن تلك السلعة تعاني الكساد وتطالب بدعم حكومي لإنقاذها، لذلك يجب ألا يعنع التعرض لنقد من رفع السلعة وعدم منع النشر في هذا الخصوص، بل الحرية مطلوبة أيضاً لشرح وتقديم وجهة نظر حول خطط اقتصادية قد يرى البعض أنها تحتاج بعض التعديل. علم الاقتصاد قائم على الاحتمالات. لا توجد حقيقة ثابتة بل هو مربوط بالزمان والمكان ولولا ذاك لاغتنى الناس جميعاً".

ماذا تحتاج؟

تحتاج الصحافة العربية الحرة إلى الكثير من الإجراءات المهمة في سبيل النهوض بالصحافة الاقتصادية، هناك شقان يحركان المادلة ويتحكمان بها:

أولاً- مؤسسات المال والأعمال.

ثانياً - المؤسسات الإعلامية المرئية أو المسموعة.

بالنسبة إلى مؤسسات المال فهي مطالبة، بأن تعيد استراتيجياتها في التعامل مع الصحافة، وعليها أن تعزز حضورها في برامج العلاقات العامة والإعلام، كما أن عليها أن تقوم بتدريب واستضافة الصحافيين المهتمين بهذا المجال وتدريبهم على قراءة الأسواق وحركة المال الدولية.

إن من أهم مهمات مؤسسات الاقتصاد العربية أن تحاول خلق رجال اقتصاد ذوى عقول ومواهب إعلامية، يجيدون إيصال الملومات الاقتصادية المعقدة إلى

⁽۱) مازن السديري: مدير صندوق مالي استثماري أوروبي- بروكسل.



القارئ العادي البسيط، عليها أن تسعى إلى "أرضنة" عالمها الذي يعتمد على المال ليفهمه كل أفراد المجتمع وليتقاعل معه.

كما أن المؤسسات الإعلامية عموماً، والأكاديمية منها خصوصاً، مطالبة بأن تقوم بتفعيل الصحافة الاقتصادية المتخصصة، عبر وضع برامج متخصصة في الصحافة الاقتصادية تشمل تهيئة وتدريب الصحافيين على التعامل مع البيانات المالية بمعرفة وكفاءة عالية، كما أن عليها أن تخلق الآفاق المشتركة بينها وبين مؤسسات المال والاقتصاد لخلق آفاق مشتركة وتحالفات أكاديمية تطبيقية تصب في تفعيل دور الصحافة الاقتصادية في المجتمع الحديث، الذي تعتمد التتمية فيه على الأسواق المالية بشكل لا يحتمل هذه الفجوة المعرفية القائمة بين المؤسسة الاقتصادية العربية من جهة أخرى().

رؤية في محتويات الصحافة الاقتصادية:

انتشرت الصحافة الاقتصادية التي تصدر بينتا هذه الأيام من صحف ومجلات، وهذه ظاهرة ايجابية ولا شك، ولكن ما نود الإشارة عليه هو أن محتوى هذه الصحف والمجلات يخلو في أحيان كثيرة من المضامين الهادفة التي تشكل الأساس الذي تبني عليه قرار شرائك لها، من هذا المنطق، فهناك بعض الموضوعات التي نرى ضرورة وجودها في هذه المطبوعات، حتى يكون النفع منها شاملاً:

- افتتاحية Editorial: تعبر عن الموقف الرسمي للجريدة أو المجلة تجاه الأحداث
 الراهنة، والإدلاء بدلوها في الأمور الهامة التي تحدث سواء على النطاق المحلي أو
 العالى.
- ٢- المقالات الرئيسية Leaders: وتكون مادة هنه المقالات بقلم الأساتذة
 المرموقين في كليات الاقتصاد أو الكتّاب المتميزين في الجال الاقتصادي أو
 رؤساء المنظمات والمؤسسات الاقتصادية الشهيرة، وغيرهم من الأساتذة البارزين

YYA

⁽١) صحيفة الوسط البحرينية- العدد ٦٦٤- الانتين ١٧ يناير ٢٠٠٥م



ية المراكز البحثية الهامة، لكي يقوموا بكتابة مقالات حول ما يحدث حولنا من أحداث المتبعدة بهدف من أحداث اقتصادية وتقويم السياسات الاقتصادية المتبعة بهدف فتح حوارات مجتمعية شاملة، وليس من الضروري الاقتصار على وجهات النظر المؤيدة للحكومة، بل يمكن فتح المجال لكافة الآراء أيضاً، حتى تزداد أهمية وشراء الحوار، وتكون الاستفادة شاملة من أي سياسة عند تطبيقها بالفعل.

- ٧- رسائل القراء: وهي الخطابات التي يتم تلقيها من القراء التعليق على الأفكار المطروحة بمقالات الجريدة أو المجلة، وهذا الباب نريد له مساحة أكبر واهتمام أكثر، بهدف تشجيع الناس لإبداء آرائها فيما يجري حولهم من أحداث، وفتح فنوات للعوار تشارك فيه كافة طوائف المجتمع وتعبر عن وجهات نظرها.
- 3- مراجعات كتب: ويجب أن يحتوي هذا الباب على مراجعات لأمهات الكتب الاقتصادية بالرصد والتحليل، نظراً للأهمية القصوى المترتبة عليها، مشل كتاب جوزيف شومبيتر: الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية، نظراً لأهمية الآراء التي طرحها في ذلك الوقت والتي نتاسب مع أحداث الأزمة المالية المالمية الراهنة على سبيل المثال، أو كتاب جون مينارد كينز: النظرية العامة للتوظيف وسعر الفائدة والنتود، وملابسات ظهوره، حيث ظهر الكتاب في ظروف مشابهة لتلك التي يمر العالم بها في هذه الأيام.

كما يمكن أيضاً رصد إحدى الظواهر المحيطة ، وعرض كافة الآراء المطروحة فيها ، وعدم الاكتفاء بوجهة نظر واحدة ايجابية كانت أم سلبية ، ومثال ذلك ظاهرة العولة على سبيل المثال، فيمكن طرح كتب الرافضين لهذه الظاهرة ، مثل:

كتاب جوزيف ستيجلتز، الاقتصادي الأمريكي الحائز على جائزة نوبل، Globalization and its Discontent والذي ترجمته لبنى





الريدي إلى العربية بعنوان ضحايا العولة وصدر عن دار ميريت، أو كتابه الآخر: إنجاح العولة Making Globalization Work، الذي أطلق فيه فكرة "العملة العالمية"، بحيث أصبح الآن محور الكثير من الجدل بشأن مستقبل الرأسمالية العالمية، كما يمكن عرض كتاب ناعومي كلاين: مبدأ الصدمة: نشوء الرأسمالية الكارثية of Disaster Capitalism اختطف المهربون والمتاجرون والمقلدون الاقتصاد العالمي Smugglers, Traffickers and Copycats Are Hijacking the .Global Economy

أما المؤيدون، فيمكن عرض وجهة نظرهم من خلال كتب توماس فريدمان، العولمة وشجرة الزيتون The Lexus and the Olive Tree أو المناس العالم مسطح The World is Flat وهناك أيضاً كتاب مارتن وولف، The World is Flat كبير الاقتصاديين في جريدة الفاينانشيال تايمز: لماذا تنجع العولمة Why

كبير الاقتصاديين في جريدة الفاينانشيال تايمز: لماذا تنجع العولمة Globalization Works ما كجرو وديفيد جولدبلاد وجوناشان بيراتون، التحولات العالمية: الحياة السياسية والاقتصاد والثقافة Economics and Culture Politics, عالم مختلف نواحي العولمة، وأخيراً يعرض فريد زكريا في كتابه الهام: عالم ما بعد أمريكا Post-American World يصف فيه بلغة واضحة وسلسة القوى العالمية الكوامة وراء بروز بلاد تنافس اليمنة الأمريكية بنجاح.

٥- متابعات علمية: لأهم التطورات العلمية التي تحدث في الطب والتكنولوجيا من حولنا، على غرار تلك الموضوعات التي تطرحها مجلة الايكونوميست أو النيوزويك.





- ٦- تبسيط المصطلحات: بحيث يتم مناقشة أهم المصطلحات الاقتصادية وتوضيحها لغير المتخصصين، بحيث يكون القارئ على علم بمعاني أهم المصطلحات التي ترد في المواد التي يقرأها.
- ٧- قضايا ساخنة: ومن حين لآخر، يتم طرح بعض قضايا لكي تستوخ حقها من الدراسة والتحليل، وليكن مثلاً قضية: الرأسمالية على منعطف الطرق، بحيث يتم توجيه الدعوة إلى كبار الاقتصاديين في المؤسسات الأكاديمية والعلمية للإدلاء بآرائهم في هذه الموضوعات ونشرها في الجريدة أو المجلة تباعاً، أو ترجمة آراء أهم علماء الاقتصاد على مستوى العالم التي وردت في تلك القضايا.
- A- إطلالة على الصحافة العالمية: وهذا الجزء يشتمل على أهم ما كتبته الصحافة العالمية من مقالات خلال الفترة السابقة على صدور العدد الجديد من الجريدة أو المجلة، وليس بالضرورة ترجمة لكل هذه المقالات الهامة، وإنما يُكتفى بالإشارة لأهم ما جاء في الصحف العالمية خلال الفترة المذكورة، ومثال ذلك: مقال لويس إناسيو لولا داسيلفا Luiz الفترة المذكورة، ومثال ذلك: مقال لويس إناسيو لولا داسيلفا Luiz وما ميحم في جريدة الفاينانشيال تابعز بتاريخ ٢٠٠٩/٢/١، أو مقال انجيلا ميركل مستشار آلمانيا الاتحادية وجان بيتر بالكينيده رئيس وزراء هولندا في النيويورك تابمز بعنوان "خريطة طريق للخروج من الأزمة"، أو مقالات آلان جرينسبان Alan Greenspan في الفاينانشيال تابمز عن رؤيته للخروج من الأزمة الراهنة، أو المقال الهام الذي نشرته مجلة رئيوزويك لديفيد ميليباند بعنوان "١١ سبتمبر المالي" في عدد ٧٤/٤/٠٠، تغير العالم"، ونشرته مجلة أو المقال الهام الذي نشرته مجلة تغير العالم"، ونشرته مجلة تغيم بعنوان "عشرة أفكار من شانها أن تغير العالم"، ونشرته مجلة الأهرام الاقتصادي مترجماً كاملاً في عددها بتاريخ ٣٠ مارس ٢٠٠٩.

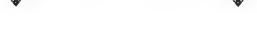


الأجندة الاقتصادية: في حالة انتظام الجريدة أو المجلة في الصدور بصفة أسبوعية، فإن هذا يوفر فرصة كبيرة لها لعرض مواعيد الندوات والمؤتمرات التي تعقدها المراكز البحثية المختلفة، مثل مراكز كلية الاقتصاد والعلوم السياسية (مركز الدراسات الاقتصادية والمالية، مركز دراسات واستشارات الإدارة العامة، مركز دراسات الدول النامية، ... الخ)، بالإضافة إلى ندوات معهد التخطيط القومي وسيمينار الثلاثاء الذي يعقده شهرياً، وندوات مركز معلومات مجلس الوزراء، ومؤتمرات المركز المصري للدراسات الاقتصادية... الخ، وهذه المعلومات سوف تفيد كل من المراكز والمعاهد البحثية، التي تشكو دائماً من قلة روادها، والقراء الذين قد يكونون مهتمين بحضور تلك الندوات والمؤتمرات، ولكن لا يعرفون أماكن انعقادها أو مواعيدها.



र्जे व्यागिति सम्बंध

قيمالما قبن قبن قب المالية الملامية هُمُا الصِفِية السمودية فاض شبكة الإنارنت الإزمة هُمَا المُوفِية السمودية فالمُن شبكة الإنارنت الإزمة







يعتقد بعض المحللين العرب بأن الصحافة العربية ما زالت تعطي اهتماماً أكبر لقضايا التراث والقضايا الأدبية والقضايا السياسية على حساب القضايا الاجتماعية والاقتصادية اليومية، في الوقت الذي ما زالت أجزاء كبيرة من الوطن العربي تعاني من القضايا الاجتماعية والاقتصادية الملحة مثل التخلف والفقر والديون والنضخم والبطالة وغيرها^(۱).

ويعرف البعض الصحافة بأنها إنتاج صناعي وخلق فكري في آن واحد، فعلى الصعيد الفكري تعتبر الصحافة إحدى وسائل الاتصال الدورية التي تتخذ الكلمة أساساً، والصورة والخط واللون مساعداً في تكوين الرسالة الإعلامية، وهي على الصعيد المادي صناعة وفن الكتابة والنشر في المطبوعات الدورية.

إن دور الصحافة الاقتصادية يكمن اليوم في وضع اليد على الهموم القطاعية ونقلها بواقعية وشفافية وبث التوعية لدى شرائح المجتمع بكافة فئاته، بالإضافة إلى كشف مواطن القوة والضعف في المؤسسات، ومعرفة أسباب التقصير والعزوف، وتنذليل الصعوبات البيروقراطية والسلبيات التي تؤثر على مسيرة الإنتاج والتطوير في المؤسسات وغيرها من المسائل التي تهم الحركة اليومية للأفراد⁽⁷⁷⁾، ولقد أدى هذا الأمر بأن برزت الصحافة الاقتصادية كفرع من فروع الاقتصادية في الصحف مجلات متخصصة أسبوعية وشهرية واسعة الانتشار وملاحق اقتصادية في الصحف اليومية، بالإضافة إلى الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية التي تضم تحليلات

 ⁽١) حيدر بن عبد الرضا داود: أهمية تطوير الصحافة الافتصادية، الأوراق ألعلمية الصادرة عن مؤتمر مايو
 ١٩٩٨ ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ٢٠٠٢،
 من ١٩٩٥ من ١٩٩٨

 ⁽۲) محمد الحسين: لقاء تعريفي للصحافة الاقتصادية في الرياض، جريدة الرياض (الرياض الاقتصادي)،
 خبر، ع ۱۳۷۷۸، ۲۰۱۸/۳۱۰۵

⁽٢) حيدر بن عبد الرضا داود ، المرجع نفسه ، ص ١٩٩



وتطورت المسائل الاقتصادية بشكل مثير للاهتمام، بحيث لا يمكن لإعلام ناجح أن يعزف عن متابعة القضايا الاقتصادية، لذلك أضحى وجود مؤسسات إعلامية متخصصة بالشؤون الاقتصادية أمراً حيوياً في العديد من البلدان الصناعية، والى حد ما في البلدان النامية، وهذه المؤسسات قد تكون على شكل مجلات دورية أو جرائد يومية، أو قنوات تلفزيونية أو محطات إذاعية، ولا شك إن ذلك يعني أن الإعلام الاقتصادي قد أصبح نشاطاً اقتصادياً هاماً خلال السنوات الأخيرة، وهو في حالة تطور مستمر (").

وتلمب الصحافة الاقتصادية - أو يتوقع منها - كما تقول د. ليلى عبد المجيد - أن تلمب دوراً مهماً في التصدي لألح مشكلات الواقع، وأكثرها ارتباطاً وتأثيراً على حياة المواطن العادي اليومية، وهي المشكلة الاقتصادية بكل أبعادها وجوانبها⁽¹⁾.

والمشكلة الاقتصادية هي أحد أبعاد مشكلة التنمية في مجتمعنا، من هنا تأتي أهمية دراسة الدور الذي تقوم به هذه الصحافة في التصدي المشكلات التنمية، وما الذي ينبغي أن تقعله الصحافة في التصدي المشكلات التنمية، وما الذي ينبغي أن تقعله الصحافة الاقتصادية من أجل أن تؤدي هذه الأدوار بصورة أفضل، والصحافة الاقتصادية هي نوع من أنواع الصحافة التي تهتم بالمضمون الاقتصادي بكل قضاياه الرئيسية والفرعية، وتركز عليه بشكل مباشر وعلى تأثيراته المختلفة على جوانب الحياة".

 ⁽١) عامر ذياب التميمي: الإعلام والاقتصاد، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو ١٩٩٨، الجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ٢٠٠٢، ص ٨٨

 ⁽٢) ليلى عبد المجيد: المسحافة الاقتصادية وقضايا التتمية، بحث مقدم في الدورة التعريبية لحرري الشؤون
 الاقتصادية التي عقدت بللجلس الأعلى للصحافة بالقاهرة في الفترة من ٩٠٨ م.

⁽٣) نوال عبد العزيز الصفتي: معالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادي في مصر، دراسة تحليلية على صحف الوفد الأهالي الشعب عليو خلال ١٩٩٧، مجلة البحوث الإعلامية، ع٩، يوليو ١٩٩٨، مجلة البحوث الإعلامية، ع٩، يوليو ١٩٩٨، من ١٦٠٠



ومن المسائل الهمة في الصحافة الاقتصادية طريقة عرض الملومات وكيفية جعلها ذات جاذبية كما هو معلوم أن البيانات الاقتصادية تعتبر منفرة إذا لم تتم إجادة طريقة توضيحها، ولذلك فإن توفير الجداول ووسائل الإيضاح والرسومات أصبحت من الأمور الهامة، وليس ذلك بكاف بل إن الأمر يتطلب أن تعتمد الصحيفة على توفير بيانات تاريخية عند الحديث عن واقع اقتصادي محدد.

فقي ظل طفيان الجانب الاقتصادي على مختلف جوانب الحياة المصرية وعلى امتداد العالم في عصر العولة.. وانهيار الحدود أمام السلع عابرة القارات "بدل الصواريخ عابرة القارات"، والتكتلات الاقتصادية وما تسفر عنه وحدة عملات أوروبا وظهور اليورو الذي يتوقع أن يصبح سيد عملات العالم، وحيث أصبح الاقتصاد أساساً للكثير من القرارات والمواقف السياسية (").

هذا الواقع يجعل من الضروري جداً أن تحظى القضايا الاقتصادية بالتغطية الشاملة، حيث أصبح التحليل الاقتصادي ضرورة مهمة في نقل الصورة الحقيقية للأداء الاقتصادي المحلى والدولي، لأن المائم أصبح عالماً واحداً مرتبطاً اقتصادياً مع بعضه، وكثير من الدول تتأثر اقتصادياً سواء سلبياً أو إيجابياً مع التطورات الاقتصادية للدول الأخرى، حتى الأسواق العالمية بدأت تتشابك فيما بينها بالأداء نظراً لوجود الشركات الدولية الصغيرة المملوكة للشركات الكبرى واستعداث نظراً لوجود الريد من هذا الترابط، ودعي أيضاً إلى معرفة آخر التطورات الاقتصادية التي تجري حول العالم وأثرها على الاقتصاد المحلي، ومثال ذلك انهيار الأسواق العالمة مزخراً والتراجع الشديد الذي شهدته أسعار النفطه."

وهي مهمة ضخمة ، فالعمل الصحفي نوع من الإبداع يسعى للبحث عن الملومة والعمل على تحليلها ، ونفض النبار عن الجوانب غير النشطة في القطاعات

ص ۲۲۸

⁽۱) حيدر بن عبد الرضا داود ، مرجع سابق ، ص ٢٢٦

 ⁽٢) بسام عبد الحميد فرج، عوائق موضوعية المادة الاستثمارية، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو
 ١٩٩٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأداب، الحكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ٢٠٠٠،



الاقتصادية وتبيان أسباب ذلك، وتعميق صلة الرأي العام بالأوضاع والمستجدات والتطورات الاقتصادية ، ونشر الوعي والثقافة ، وتعميق الفاهيم والخبرات القادرة على تطوير وتحسين الأنشطة الاقتصادية (() ، ويقف العالم الآن أمام ما يطلق عليه الأزمة المالية العالمية الفاهية وأكبر اقتصاد في العالم (الولايات المتحدة الأمريكية) مهدد بالانزلاق إلى هاوية الكساد والإفلاس، وغيره.. من أكبر وأعرق المؤسسات المالية الدولية في أمريكا وأوروبا (().

فهذه الأزمة، ليست فقط في أمريكا وأوروبا، بل امتدت آثارها إلى الدول المربية، والتي هي ليست في معزل بأي حال من الأحوال عن هذه الأزمة القوية التي ضربت الاقتصاد العالمي وخاصة الاقتصاد الأمريكي والذي كان منبهها الأساسي هو الأخطاء الاقتصادية المتراكمة داخل البنيان الاقتصادي خاصة في الولايات المتحدة والأسواق الأوروبية في الفترة الأخيرة، ولكن الذي يجب النظر إليه إلى أن الأوضاع داخل الاقتصاديات العربية، يمكن أن تأخذ شكلاً مفايراً لما هو الوضع عليه في الاقتصاديات العربية، يمكن أن تأخذ شكلاً مفايراً لما هو الوضع عليه في الاقتصاديات العربية، معنقص في الصفقات الاستثمارية أو الاستثمارات الأجنبية التي ستجتنبها الدول العربية في الفترة المقبلة بعد هذه الأزمة، بالإضافة إلى الأجنبية التي ستجتنبها الدول العربية في الفترة المقبلة بعد هذه الأزمة، بالإضافة إلى صرف الدولار والتي بدأت تشهد شكلاً من أشكال التقلبات الاقتصادية القوية نتيجة الإسرار المفرط في هذا الربط، وكذلك تراجع أسعار خام النفط الفترة نتيجة الإسرار المفرط في هذا الربط، وكذلك تراجع أسعار خام النفط الفترة منا العام، كل هذه العوامل بالتأكيد سوف تضفط بشكل أو بآخر على الأداء هذا العام، كل هذه العوامل بالتأكيد سوف تضفط بشكل أو بآخر على الأداء

⁽١) ألفت فريد ، المرجع السابق، ص ٥٥

 ⁽٢) حازم الببلاوي، محمد عبد الحليم عمر: الأزمة للالية المالية: الشكلة. والحل، الممادر عن المركز الحضاري للدراسات المستقبلية، مركز المدينة للإعلام والتشر، سلسلة نحو مستقبل مشرق، ط1،
 ٢٠٠٨، ص. ١١



الاقتصادي العربي، خاصة أن الفترة الماضية بدأنا نشاهد فيها أولى مظاهر الأزمة الاقتصادية^(۱).

إذا كان ازدهار النشاط الاقتصادي يأتي في طليعة اهتمام مغتلف الدول، وخاصة في عصر العولة، حيث ذابت الحدود بين الأسواق الإقليمية، وأصبح العالم كله بمثابة سوق كبير، القوى فيه لمن يستطيع الاستحواذ على أكبر مساحة من السوق، وهو لا يقوى على ذلك إلا بفضل تقدمه، خاصة في النشاط الاقتصادي فمما لاشك فيه أن أي آفة تقال من ازدهار النشاط الاقتصادي يجب التصدي لها، ومقاومتها (1).

ويمكن القول بأن أي أزمة مالية تمد بمثابة الآفة للنشاط الاقتصادي المعاصر لها، ولقد ألف الإنسان معاصرة الأزمات على جميع الأصعدة، وفي كل العصور، وتأتي الأزمات المالية في مكانة متميزة من بؤرة اهتمامه بين غيرها من الأزمات، لما لها من أثر مباشر على مختلف أوجه حياته الاقتصادية والاجتماعية... الخ، كلها عوامل تزيد من أهمية تناول الأزمة العالمية...

وقد تزايد الاهتمام الإعلامي المعودي بالأزمة المالية العالمية خاصة في الصحافة حيث لم تقف المسألة عند إطار المطبوع منها وإنما انسحب ذلك الاهتمام على مواقع الصحف المطبوعة على شبكة الإنترنت، وكذا المواقع الاقتصادية المتخصصة على الشبكة مما يدعم محاولة البحث في اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة الصحف غير التقليدية أي الإلكترونية لهذه الأزمة بهدف تقييم وتقويم أدائها، والكشف عما إذا كانت قادرة على مواكبة التطورات والتغيرات التي يشهدها العالم وهل يمكن الاعتماد عليها للتوصل إلى أفكار وتصورات لدى شريحة مهمة في إدارة هذه الأزمة العالمية التي لها انعكاسات محلية يمكن أن تحون عواقبها وخيمة.

YAA

⁽١) حازم الببلاوي: الأزمة المالية المللية: محاولة للفهم، www.iid-alraid.com

⁽٢) إبراهيم عبد المزيز النجار: الأزمة المالية وإصلاح النظام المالي المللي، الإسكندرية، الدار الجامعية، ص ٢٠٠٩، ص11

⁽٢) المرجع السابق، ص ٧



وسنتاول في هذا الفصل الثماؤلات التالية:

- ما مدى متابعة النخبة الاقتصادية السعودية لما ينشر عن الأزمة المالية
 على المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت، وكذا كيفية المتابعة؟
- ما أسباب اهتمام النخبة الاقتصادية السعودية بالتعرف على ما يطرح في هذه
 المواقع عن الأزمة.
- هل الصحافة المطبوعة لا تغنى عن المواقع الصحفية الإلكترونية في إمداد النخبة الاقتصادية السعودية بالملومات؟
- إلى أي درجة نجحت الصحف الإلكترونية التي تتابعها النخبة الاقتصادية
 السعودية في تقديم المعلومات عن الأزمة المالية.
- ما نواحي القصور في الموضوعات المتعلقة بالأزمة المالية من وجهة نظر النخبة موضع الدراسة.
- ما مقترحات النخبة موضع الدراسة لتطوير موضوعات المواقع الصحفية
 السعودية على شبكة الإنترنت والمتعلقة بالأزمة المالية العالمية.
- ما المواقع الصحفية المعودية على شبكة الإنترنت التي تتابعها النخبة الاقتصادية السعودية.
- ما مدى إعجاب النخبة الاقتصادية موضع الدراسة بالشكل الذي تقدم به الموضوعات المتعلقة بالأزمة المالية العالمية.
- ما مقترحات النخبة الاقتصادية موضع الدراسة لتطوير الشكل الذي تطرح
 به الموضوعات.

واعتمدنا نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام⁽¹⁾ في الإجابة عن تلك الأسئلة، حيث يشير هذا النموذج إلى أن أفراد الجمهور يعتمدون على الملومات التي توفرها وسائل الإعلام رغبة منهم في إشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم في إطار

⁽١) هويدا مصطفى، اتجاهات الصفوة نحو تفطية الإعلام الصري لأحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ٢، ع٤، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر ديسمبر ٢٠٠٢، ص ٦٣ - ٦٥ أيضلاً محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٧، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤، ص ٢٧٧ - ٢٠٠





ويقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام درجة أهمية وسيلة معينة للأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المشارة، ولا يسرتبط الاعتماد على وسيلة باستخدامها، فقد يقضى الفرد فترة طويلة في استخدام وسيلة معينة بينما يعتمد على وسيلة أخرى كمصدر لملوماته، فالاستخدام يعني معدل المتابعة، أما الاعتماد فيعني درجة أهمية هذه الوسيلة للفرد كمصدر لمعلوماته واختياره وتفضيله، وتتوقف درجة اعتماد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على أمرين:

- درجة الثبات والاستقرار داخل المجتمع، حيث تفترض النظرية زيادة هذا
 الاعتماد في حالات الصراع والأزمات حيث لا تتوفر للأفراد وسائل ومصادر
 مباشرة أو شخصية في هذه الحالات.
- حجم وأهمية المطومات المستمدة من وسائل الإعلام، فضلاً عن الوظائف
 الأخرى التي تضطلع بها هذه الوسائل في إطار المجتمع.

وأيضاً الاختلافات الفردية التي تؤثر على زيادة هذا الاعتماد، والتي تجعل الصفوة من الجمهور تعتمد على وسائل أخرى مباشرة في استقائها للمعلومات خلافاً للجمهور العادي الذي يزيد اعتماده على هذه الوسائل لعدم توافر وسائل شخصية مباشرة لديه لتلبية حاجاته المعرفية، وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة، مباشرة لديه لتلبية حاجاته المعرفية، وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ودرجة وهذا الاختلاف يجعل أسلوب اعتماد الصفوة وتفاعلها مع وسائل الإعلام، ودرجة ومستوى هذا الاعتماد عليها وقت الأزمات وقدرتها على تشكيل اتجاهاتهم حيال الأزمة "التي تمثل مرحلة من مراحل عدم الاستقرار واضطراب الأوضاع السائدة" مجالاً مهماً للبحث: حيث توظف هذا النموذج في إطار التعرف على مصادر المعلومات الصحفية المختلفة التي اعتمدت عليها النخبة الاقتصادية السعودية في متابعتها للأزمة المالية وتداعياتها، وتقدير الأهمية النسبية التي تحتلها الصحف الإلكترونية السعودية كمصدر للمعلومات بالنسبة التخبة عينة الدراسة عن الأزمة المالية المالمية المعاهدية المعودية كمصدر للمعلومات بالنسبة التخبة عينة الدراسة عن الأزمة المالية المالمية المعودية كمصدر للمعلومات بالنسبة التخبة عينة الدراسة عن الأزمة المالية المالمية السعودية كمصدر للمعلومات بالنسبة التخبة عينة الدراسة عن الأزمة المالية المالمية



وتداعياتها، والتعرف على مدى ثقتها فيما تقدمه الصحف من معلومات وأخبار وتحليلات عن الأزمة، ومدى التزامها بعناصر التغطية الصحفية الجيدة، والتي تتمثل أهم مظاهرها في (الالتزام بالموضوعية، وعمق التناول وشموله لأبعاد الأزمة... الخ، بعدف التعرف على اتجاهات وآراء الصفوة نحو المعالجة الصحفية للأزمة في صحف الدراسة، والى أي مدى نجحت في تقديم معالجة متوازنة وموضوعية في تغطيتها للأزمة المالية العالمية وتداعياتها، ويدخل في ذلك الإطار أيضاً تقييمها لإيجابيات وسلبيات هذه المعالجة، وأيضاً التعرف على رؤية النخبة المستقبلية لتطوير أداء الصحف الإلكترونية السعودية في تغطيتها لأزمات ذات طابع اقتصادي على وجه الخصوص.

الدراسات السابقة:

يمكن القول أنها جاءت قليلة نسبياً رغم الأهمية التاريخية والراهنة للإعلام الاقتصادي.

عبد الله بن محمد التويم، العوامل المؤثرة في ترتيب أولوبات القضايا
 الاقتصادية في الصحف السعودية، رسالة دكتوراه (١٠):

تناولت هـذه الدراسـة العلاقـات المتداخلـة بـين عناصـر النظـام الاجتمـاعي "القطاع العام والخاص والجمهور والصحف"، من خلال ترتيب كل مفردة في ضوء نظامها الشامل وعلاقتها بأجزاء ذلك النظام الأولويات القضايا الاقتصادية.

واستخدام الباحث المنهج المقارن، منهج الدراسات المسحية الذي يقيس حجم
تنطية القيضايا الاقتصادية في الصحف المدروسة الرياض وعكاظ والاقتصاد
لمقارنتها بمدى أهمية تلك القيضايا عند كل من القطاعين العام والخاص ،
والجمهور، ورصد تأثير العوامل المحتملة، واعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون
لتحقيق أهداف الدراسة، ومن أبرز نتائج الدراسة:

 ⁽١) عبد الله بن محمد التويم: الموامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السمودية،
 رسالة دكتوراء غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سمود الإسلامية، دت



أن هناك ست عشرة قضية اقتصادية ، منحت كل قضية ترتيباً خاصاً عند كل مكون من مكونات البناء الاجتماعي في فترتين زمنيتين استمرت سنة أشهر ، وبينت المقارنة بين ترتيب كل طرف أن "القطاع العام" و"الجمهور" لم يؤثر في الصحف، ولم يرتبا أولوياتها ، وأظهرت في المقابل إن "القطاع الخاص" هو الطرف المؤثر في عملية ترتيب الأولويات، وتدل النتيجة على أن تدفق المعلومات بين مفردات البناء التنظيمي للمجتمع السعودي غير متناسق والترابط بين أجزائه غير متوازن.

إبراهيم محمد عبد اللطيف، مجلة الأهرام الاقتصادي: دراسة تاريخية
 ۱۹۵۰ - ۱۹۸۵، رسالة ماجستير غير منشورة، ۱۹۹۰(۱):

حيث قام الباحث بإجراء دراسته العلمية على مجلة الأهرام الاقتصادي بهدف التحليل الكيفي والكمي للموضوعات والمعلومات الاقتصادية المنشورة على صفحاتها للتمرف على كيفية معالجة المجلات الاقتصادية للقضايا الاقتصادية والعوامل التي أثرت على هذه المالجات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يخص معالجة الأهرام الاقتصادي للموضوعات الاقتصادية:

اهتمام الأهرام الاقتصادي بعرض القضايا والمشكلات التي تواجه الاقتصاد المصري من خلال توظيف المجلة لفنون التحرير الصحفي المختلفة، مع الاهتمام بتقديم الأفكار المبدعة والمعالجة المبتكرة والرؤية الشاملة التي تحاول تفسير الأحداث والكشف عن دلالاتها.

 نجوى كامل، الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية: دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية في جريدتى الأمرام والوفد خلال عام ١٩٨٩ ١٩٩١^(١):

 ⁽١) إبراهيم محمد عبد اللطيف، مجلة الأهرام الاقتصادي: دراسة تاريخية وفئية ١٩٥٠- ١٩٨٤، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام، قسم صحافة، جامعة القاهرة، ١٩٩٠، ص ٥٢ ١٧٥

 ⁽۲) نجوى كامل، الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية: دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية في
جريئتى الأهرام والوفد، خلال عام ۱۹۵۹، ۱۹۹۱، آمون للطباعة، ص ١٦٥ - ١٦٩



تهدف هذه البراسة إلى التعرف على مضمون منا يقدم في الصفحات الاقتصادية المتخصصة، ومدى ملائمة هذا المضمون مع احتياجات القارئ، وتحديد العوامل المؤثرة على هذا المضمون.

اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن، بالإضافة إلى منهج السح بهدف تقديم صورة كاملة عن معالجة صحف الدراسة للقضايا الاقتصادية، من خلال تحليل مضمون الصفحة الاقتصادية في صحيفة الوفد باستخدام أسلوب الحصر الشامل، وجريدة الأهرام باستخدام (الأسبوع الصناعي) وذلك في الفترة من يناير- ديسمبر ١٩٨٩ ، وكذلك للتعرف على وجهات نظر القائم بالاتصال فيما يقدم من موضوعات في الصفحات الاقتصادية.

واعتمدت الباحثة على (المقابلة المقننة- الملاحظة بالمشاركة- المقابلة الفردية المتعمقة) لجمع البيانات التي تحقق أهداف الدراسة.

♦ السيد عفيفي، المعالجة الصحفية لقيضايا الانفتياح الافتيصادي في الصحافة المسرية، رسالة دكتوراه، ١٩٩٧ (١٠):

استهدفت هذه الدراسة رصد المالجة الصحفية لقضية الانفتاح الاقتصادي وما ترتب عليها من آثار اجتماعية وسياسية واقتصادية، واعتمد الباحث على منهج المسح حيث قام بتحليل مضمون صحف (الأهرام- الأهالي- مايو- مجلتي روزاليوسف- أكتوبر)، واعتمد الباحث أيضاً على الملاحظة لرصد بعض الظاهرات الأساسية التي أثارتها المالجة الصحفية وتسجيلها، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أن الصحف القومية تأثرت بتوجيهات النظام السياسي في تناولها لقضايا الانفتاح الاقتصادي، حيث أيدت سياسة الانفتاح الاقتصادي، بينما عارضت الصحف الحزبية سياسة الانفتاح الاقتصادي، ولم تلتزم بالموافقة على قرارات وتوجيهات النظام السياسي.

⁽١) السيد عفيفي عربي: المالجة الصحفية لقضايا الانفتاح الاقتصادي في الصحافة المصرية، رسالة دكتوراه، القامرة: جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، ١٩٩٧، نقلا عن: خالد أحمد مسعد، مرجع سابق، ص ٩



أن صحف الدراسة قد ساهمت في وضع الحلول لموضوعات ومشاكل الانفتاح
 الاقتصادي بدرجة كبيرة، وجاء الارتباط بين أجندة الصحف القومية
 والصحف الحزبية ارتباطاً معتدلاً.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، واستخدمت الباحثة أداني تحليل المضمون، وتحليل الخطاب لجميع الأعداد: حيث اعتمدت في إطاره على أداة مسارات البرهنة، لرصد الأدلة والبراهين التي اشتملت عليها الموضوعات المنشورة عين الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزيية بهدف إفتاع الجمهور بوجهة نظرها، واتبعت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لصحف (الشمب الأسبوع المناعي بالنسبة للوفد خلال فترة الدراسة عام ١٩٩٧، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تباين الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية المتعلقة بقضية الإصلاح الاقتصادي بمدى ما تمثله هذه القضية من أولويات لدى كل صحيفة حسب انتماءاتها الحزبية والإبديولوجية التي تتبناها الصحيفة تجاه القضية، ومدى معارضتها أو عدم معارضتها النظام السياسي المعاصر.

ورفعت محمد البدري، المالجة الصحفية لقضية البطالة في الصحافة الممرية، رسالة ماحستير، ۱۹۷۸.

 ⁽١) نوال عبد الدزيز الصفتي: معالجة المحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادي في مصد: دراسة تحليلية على صحف الوقد الأهالي الشعب مايو خلال ١٩٩٧، مجلة بحوث الإعلامية، جاممة الأزهر،
 ع)، يوليو ١٩٩٨، ص ١٦٥ - ١٧٥

⁽٢) وفت معمد البدري: المالجة المحفية القضية البطالة في الممحلفة الممرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق: كلية الأداب، قسم الإعلام، ١٩٩٨، نقلاً عن: خالد أحمد مسعد، مرجع سابق، ص ١٠



حيث تواكب هذه الدراسة الاهتمام المتصاعد نحو فهم أكثر لعملية

الاتصال الصحفي من خلال التمرف على القائم بالاتصال، حيث تناولت البراسة القائمين بالاتصال في معالجة قضية البطالة في صحف الدراسة، من حيث طبيعة تخصصاتهم وتأهيلهم الهنى والتعليمي ومدى فهمهم ورضاهم عن أدائهم في معالجة تلك القضية وزاوية رؤيتهم لقضية البطالة وتقسيرهم لهاء واعتمد الباحث على منهج المسح والمنهج المقارن، بالإضافة إلى تحليل مضمون المقدم عن هذه القضية في صحف (الأهرام، الوفد، الأهالي) لرصد طبيعة المالجة الصحفية لهذه القضية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

اعتمدت صحف الدراسة الثلاث في معالجتها لقضية التخصيصية على التفطية الخبرية لكل ما يستجد عن القضية لمواكبة الأحداث وملاحقتها يلى ذلك التحقيقات، وجاء ذلك بما يتفق مع وجهة النظر السياسية والحزبية لكل صحيفة يليها المقالات ثم التقارير الصحفية وذلك لتقديم رؤية أعم وأشمل من الخبر وأكثر تفصيلاً للأحداث، وجاءت الأحاديث الصحفية في المرتبة الخامسة بالنسبة للأهرام فقط وفي المرتبة الأخيرة بالنسبة للأهالي، ولم تهتم به جريدة الشعب على الرغم من أهمية هذا الفن في القضايا الاقتصادية التي تحتاج إلى تقسيرات لبعض مصطلحاتها، وشرح وتفسير ما قد يكون غامضاً في النظام الاقتصادي الجديد، وتقديم رؤية مبسطة للقارئ، وقد أكدت نتائج الدراسة على ضعف اهتمام صحف الدراسة بالأشكال الصحفية الهامة على الرغم من أهميتها القصوى في تقديم وجهات النظر مين خيلال البادة التصحفية البيسطة أو نقيد للظنواهر الاجتماعيية مين خيلال الكاريكاتير بشكل ساخر.

♦ إبراهيم محمد عبد اللطيف، معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر : دراسة ميدانية تحليلية مقارنة في الفترة من (١٩٨٧: ١٩٩٤) رسالة دكتورام، ۱۹۹۸(۱):

⁽١) إبراميم محمد عبد اللطيف: معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر: دراسة ميدانية تحليلية مقارنة في الفترة من (١٩٨٧- ١٩٩٤)، رسالة دكتوراه، القاهرة: كلية الإعلام، قسم صحافة، حامعة القاهرة، ١٩٩٨، ص ٥٢٧ - ٣٢٥



استهدفت الدراسة تحليل معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصرفي الفترة من (١٩٨٧- ١٩٩٤)، ومن أبرز نتائجها أن الصحف الحزبية مصدر غير رسمى للتأريخ للمشكلات الاقتصادية للمجتمع المصرى.

♦ خالد أحمد مسعد، المعالجة الصحفية لقضية التخصصية في الصحف المصرية: دراسة تحليلية لصحف (الأهرام - الأهالي الشعب مجلتي روزاليوسف - الأهرام الاقتصادي) خلال الفترة من عام (١٩٩١ - ١٩٩٧) رسالة ماحستير، ١٩٩٩ (١):

استهدفت الدراسة رصد طبيعة المعالجة الصحفية للتخصصية لختلف الاتجاهات والتيارات السياسية التي تنتمي إليها الصحف المصرية على أساس إن كل صحيفة تسعى إلى تقديم مضمون معين يدعم معالجتها، وكذلك تعتمد كل صحيفة على مصادرها التي تدعم هذا المضمون، وذلك لمعرفة مدى الاتفاق والاختلاف بين الصحف في صلاحية تطبيق سياسة التخصصية، ومن أبرز نتائجها أن بعض الصحف لا تختم بنقديم رؤية مبسطة للقارئ.

عادل عبد الرازق، تدريب الصحفيين المصريين: دراسة ميدانية على المحررين الاقتصاديين، ٢٠٠٠ ":

استهدفت هذه الدراسة معرفة الإمكانيات المتاحة وواقع التدريب الصحفي الذي حصل عليه المحرر الاقتصادي في الأقسام الاقتصادية بالصحف المصرية، مع وضع تصور مستقبلي لكيفية النهوض به وتفعيله، اعتمدت الدراسة على عدة مناهج هي: منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، والمنهج الإحصائي، وتضم عينة الدراسة

⁽۱) خالد أحمد مسعد، المالجة المحقية لقضية التخصصية في المسحف المصرية: دراسة تحليلية لصعف (الأهرام- الأهائي- الشعب- مجلتي روزاليوسف- الأهرام الاقتصادي)، خلال الفترة من عام (الأهرام- ۱۹۹۷) رسالة ماجستير، جامعة الزفازيق: كلية الأداب، قسم الإعلام، ۱۹۹۹، ص ۲۵۰- ۲۵۱

 ⁽٢) علال عبد الرازق: تدريب المسحفين المصريين: دراسة ميدانية على المحررين الاقتصاديين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٩٠، أكتوبر - ديسمبر، ص ٢٥١ - ٢٥٢



الصحفيين العاملين في الأقسام الاقتصادية بالصحف المصرية وعندهم (١٠٠ مفردة) يمثلون مجموعة متنوعة من العاملين في الصحف القومية - الحزبية - المستقلة، واعتمد الباحث على الاستبيان، المقابلات، الملاحظة العلمية لجمع بيانات الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى:

أن التدريب الصحفي للمحررين الاقتصاديين لم يحظ بالاهتمام الكبير من جانب المؤسسات الصحفية أو الهشات الاقتصادية، وإن غالبية الصحفيين الاقتصاديين ليس لديهم جهاز كمبيوتر حتى الآن رغم عملهم في المجال الاقتصادي، يؤكد المبحوثون على أهمية التدريب الصحفي حيث يعود بالنفع في أدائهم لمهنتهم، وأيضاً على ضرورة تلقى دورات في البورصة والضرائب والتحليل المالي والعلاقات الدولية.

أمل السيد أحمد متولي، قارئية الصحف المصرية المتخصصة: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، ٢٠٠٢(١):

استهدفت الدراسة التعرف على مجموعة العوامل التي ترثر على قارثية مجموعة من الصحف المتخصصة منها "صحيفة الأهرام الاقتصادي"، اعتمدت الدراسة على منهج المسحف (عقيدتي- الدراسة على منهج المسحف (عقيدتي- الأهرام الاقتصادي- أخبار الصوادث- الكواكب) وأجرت الباحثة تحليل المضمون لهذه الصحف في يناير وفيراير من عام ٢٠٠١ باستخدام أسلوب الحصر الشامل لتلك الأعداد، بالإضافة إلى تطبيق استبيان على عينة من القراء قوامها ٢٠٠ مفردة من أحياء (عين شمس- مصر الجديدة) في الفترة من أول مارس إلى مارس إلى عرب مارس المنابع عن:

توافق أجندة الاهتمامات التي طرحتها الصحيفة مع أجندة الاهتمامات القومية التي طرحتها القيادة السياسية في مصر.

⁽۱) أمل السيد أحمد متولي: قارئية الصحف المصرية المتخصصة: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، فسم الممحلفة، ٢٠٠٧، ص ٣٢٠



انتـصار محمـد الـسيد سـالم، دور الـصفحات الاقتـصادية في
الصحف المصرية في ترتيب أولويات رجال الأعمال تجاه القضايا الاقتصادية:
 دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، ٢٠٠٤^(۱):

استهدفت الدراسة رصد دور الصفحات الاقتصادية بالصحف المصرية في ترتيب أولويات رجال الأعمال تجاه القضايا الاقتصادية ، وكذلك التعرف على أساليب المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية التي تطرحها صحف الدراسة ، وتأثير اتجاهات كل صحيفة على أسلوب المعالجة لهذه القضايا ويث اعتمدت الباحثة على منهج المسح ، وذلك من خلال تحليل المضمون بالاقتصادي بالصفحات الاقتصادية في صحف (الأهرام الوفد صوت الأممة) حيث تمثل مجتمع الصحف الأصلي في مصر من حيث الاتجاهات الثلاث القومية الحزيية المستغدام أسلوب الأسبوع الصناعي الثلاث القومية الحزيية المستقلة باستخدام أسلوب الأسبوع الصناعي للأعداد التي صدرت من (الأهرام الوفد) ، والحصر الشامل للأعداد التي صدرت من جريدة صوت الأمة خالل الفترة من (٢٠٠٢/٧٢) وأيضاً مسح عيفة من الجمهور من رمضان باستخدام محافظة الشرقية ، وأعضاء جمعية المستمرين بالعاشر من رمضان باستخدام صحيفة استقصاء ، بالإضافة إلى منهج دراسة العلاقات المتبادلة ، والمنهج معيفة استقصاء ، بالإضافة إلى منهج دراسة العلاقات المتبادلة ، والمنهج المناور ، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

اعتماد كل من صحيفة الأهرام والوفد على أساليب الإقتاع المنطقية عند ممالجة القضايا الاقتصادية، مقابل استخدام الجوابات الماطفية والاستمالات الماطفية من جانب صحيفة صوت الأمة للتهويل والمبالفة والتهوين.

⁽١) انتصار محمد السيد سالم: دور الصفحات الاقتصادية في الصحف المصرية في ترتيب أولويات رجال الأعمال تجاه القضايا الاقتصادية: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزفازيق: كلية الآداب، قسم إعلام، ٢٠٠٤، ص ٢٠١- ٣٠٥



سامية عبد المجيد محمد الأغبري، تأثيرات اتجاهات الخطاب الاقتصادي
 إلى المحافة اليمنية على الجمهور خلال الفترة من (١٩٩٥- ٢٠٠٢) رسالة
 دكتوراه، ٢٠٠٥^(١):

استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة وينية الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية وتوجهاته إزاء السياسات الاقتصادية التي تتبناها الدولة من خلال برنامج الإصلاح الاقتصادي، اعتمدت الباحثة في إجراء هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، كما قامت الباحثة بتحليل مضمون صحف الثوري، الصحوة، الوحدوي، الثورة خلال الفترة من (١٩٩٥ - ٢٠٠٢)، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

إن الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية (الحكومية والحزبية) اتسم بالطابع الإنشائي والمبالغة وبعمومية الطرح، وغلب عليه الأسلوب الانفعالي، والصيغة الدعائية المناسباتية، وبالتالي يفقد الخطاب الاقتصادي في كثير من الأحيان للمصدافية والموضوعية، ويتصف بالتناقض في الطرح من مرحلة لأخرى خلال فترة الدراسة وخاصة في الصحف الحكومية، كما يتميز الخطاب الاقتصادي في الصحف الحكومية، لكما يتميز الخطاب الاقتصادي الصحف الحكومية، للموضوعات الاقتصادية المختلفة.

أمل السيد متولي أحمد دراز، الخطاب التتموي في الصحافة الإقليمية
 الخاصة إزاء قضايا المجتمع، ٣٠٠٧٠:

استهدفت هذه الدراسة استطلاع ورصد وتحليل مكونات الخطاب الصحفي للصحف الاقتصادية الخاصة إزاء قضايا المجتمع بهدف استخلاص اتجاهات هذه

⁽١) سامية عبد المجيد محمد الأغبري: تأثيرات اتجاهات الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية على الجمهور خلال الفترة من (١٩٩٥- ٢٠٠٧)، رسالة دكتوراه، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الصحافة، ٢٠٠٥، ص ٢٥٥- ٢٦٥

⁽Y) أمل السيد متولي أحمد دراز ، الخطاب النتموي ⊈ السحافة الاقتصادية الخاصة إزاء فضايا المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع£، أكتوبر~ ديسمبر ٢٠٠٧، ص ٢١٣ - ٢٧٧





الصحف نحو هذه القضايا، ومدى ملائمة نمط خطابها الصحفي للمرحلة التتموية التي يمر بها المجتمع في ظل وضعيتها ونمط ملكيتها الخاصة.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وذلك لمسح خطاب صحف الدراسة إزاء قضايا المجتمع خلال فترة التحليل، بالإضافة إلى مسح الأطر الإعلامية التي اعتمدت عليها أنضاً ، وكذلك المنهج المقارن.

وقد قامت الباحثة بتحليل الخطاب الصحفي لصحيفتيّ (عالم المال-الاقتصادية) خلال الفترة من أول مايو حتى نهاية يوليو ٢٠٠٧.

واعتمدت الباحثة على المقابلة المقننة في دراسة عينة من القائمين بالاتصال داخل صحيفتي الدراسة بهدف الكشف عن بعض العوامل التي تساعد في تفسير بعض النتائج، والتي لا يمكن التوصل إليها بتحليل الخطاب الصحفي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها:

تتوعث آليات المعالجة التي اعتمدت عليها صحيفتي الدراسة، وبرز في إطار الآليات إستراتيجية "الشخصي"، حيث غلب الطابع الشخصي على معالجة الشكلات والقضايا الاقتصادية، كما اعتمد خطاب الصحيفتين على إستراتيجية التوصيف بعيداً عن مناقشة الأسباب وبلورة الحلول وطرح الرؤى المستقبلية.

دراسات سابقة أجنبية:

 استخدمت الموضوعات الاقتصادية في الصحف البريطانية :(1)Garry

استهدفت هذه الدراسة التعرف على أسباب قراءة الموضوعات الاقتصادية في صحيفتيُّ الجارديان والفايناتشيال تايمز، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أهم أسباب قراءة الموضوعات الاقتبصادية في صبحيفتيّ الجارديمان والفاينان شيال هي الحاجة إلى معرفة المعلوميات الاقتيصادية المتعلقية بالاقتيصاد

⁽¹⁾ Kabbel Garry, "Using economic activities in British newspapers" newspapers research journal, Vol. 3, No. 4, 1980, PP. 1-9



البريطاني وما يتعلق به أولاً ثم الملومات الخاصة بحركة الأسهم والبورصات ثانياً ثم الاهتمام بمعرفة أخيار الضرائب.

جاء الاهتمام بقراءة الموضوعات الاقتصادية العامة التي لا تتعلق باهتمامات الجماهير المباشرة في الترتيب قبل الأخير، في حين جاء الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية للدول الأخرى في الترتيب الأخير.

په فنون التحرير الصحفي للقضايا الاقتصادية ،Lormor, E.S & Dunn
۱ (۱۳۵۳) .W

استهدفت هذه الدراسة التعرف على أنساط فنون الكتابة الصحفية المصاحبة للقضايا الاقتصادية في الصحف الهندية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- الخبر الصعفي فالتقارير ثم المقالات فالتحقيقات جاءت على التوالي في مصاحبة القضايا الاقتصادية في الهند.
- كشفت الدراسة عن اهتمام الصحف الهندية الأسبوعية بتنويع فنون الكتابة
 الصحفية للقضايا الاقتصادية على صفحاتها.
- اهتمت الصحف بالقضايا الاقتصادية الداخلية أولاً ثم القضايا الإقليمية
 وأخيراً القضايا الدولية.
 - ♦ إعداد وتحرير القضايا الاقتصادية: Norman Stabler":

استهدفت الدراسة إلى وضع قواعد مدروسة لكيفية إعداد وتحرير الجزء الخاص بمعالجة المسائل المالية والاقتصادية في الصحف البريطانية، وفي هذا الإطار قدمت الدراسة تصور لمعالجة قضايا القطاع الزراعي والصناعي والتجاري في المجتمع البريطاني.

Lorimor, E.S. Economic issues editing in Indian newspapers, communication year book, 1986, Vol. 10, PP. 35-51

⁽²⁾ Norman Stabler, Preparing and editing financial issues, newspaper research journal, Vol. 7, No. 1, 1984, PP. 12-24



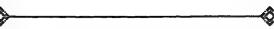
وقد أكدت الدراسة أنه يجب أن تكون هناك إستراتيجية لدى الصحف

البريطانية في معالجة الموضوعات الاقتصادية التي تتسم بالتعقيد أصلاً، لذا يجب أن تلاءم المعالجة الصحفية تبسيطه هذه المعلومات دون الإخلال بمضمون الموضوع الحقيقي، لضمان عدم تشويه المعلومات التي تتضمنها.

وتكمن أهمية الدراسة الميدانية التي أجراها د. أسامة غازي المدنى، في التالي:

- تفتقر المكتبة العربية للدراسات الموسعة عن الإعلام الاقتصادي، حيث لم
 ينل حظه الوافر من الدراسة والبحث، حتى إن الدراسات التي أجريت عليه
 إطار الاهتمام بدراسة الطاهرة الاتصالية، وكيفية النتاول الإعلامي لها
 في إطار أمبريقي يعد محدوداً للفاية، وهو ما اتضح في العرض السابق لأدبيات
 التخصص.
- تتزامن الدراسة مع بروز العديد من القضايا والأحداث الاقتصادية العالمية في الفترة الأخيرة وما يستدعي ذلك من وجود إعلام اقتصادي يحلل الأخبار والقضايا الاقتصادية ويقنع المتلقي بالمعلومات الوافية المختلفة، مثل: الأزمة المالية العالمية الأخيرة، وتداعياتها من: انهيار صناعة السيارات، ارتفاع نصبة البطالة، انهيار أسواق المال العالمية، انخفاض أسعار النفط عالماً... الخ⁽⁷⁾.
- إنها تتيح إمكانية رسم صورة لواقع المضمون الاقتصادي في الصحف الإلكترونية السعودية ومدى علاقته بالأزمة المالية العالمية كأحد الموضوعات الهامة المطروحة على أجندة الإعلام العالمي في الوقت الراهن.
- حداثة الموضوع الممالج، حيث تعد الأزمة المالية العالمية الراهنة موضوع
 حديث، حظي باهتمام واسع على البصعيد العمالي والإقليمي والمحلي،
 بالإضافة إلى أنها أزمة مصيرية، وعلى ضوئها سيتحدد مصير كثير من دول
 العالم، ومدى خطورة هذه الأزمة على الدول العربية بشكل عام والملكة
 السعودية بشكل خاص.

⁽١) الحصاد الاقتصادي عام ٢٠٠٨، www.masrawy.com



تتطوي هذه الدراسة على تسليط الضوء على أهمية الصحافة الاقتصادية
 الإلكترونية ودورها في الوقت الراهن، ودور الإعلام الاقتصادي أشاء وقوع
 أزمات اقتصادية، وكذا مدى فناعة النخبة الاقتصادية بالمالجة التي تقدمها.

تنتمي هذه الدراسة إلى نوع البحوث الوصفية حيث أنها تركز على وصف طبيعة وسمات اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية وذلك بغرض تفسير النتائج بعد تحليلها تحليلاً شاملاً للخروج بدلالات تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن هذا النوع من الصحافة بما يسهم في تقدم المعرفة".

لقد كشفت الدراسة الميدانية للدكتور أسامة غازي المدني، عن نتيجة لافتة للنظر، وهي: أن جميع مضردات العينة موضع الدراسة يتابعون ما ينشر عن الأزمة المالية العالمية على المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت.

كما كشفت الدراسة أن النسبة الأكبر منهم (70٪) لا يتابعون بأنفسهم ما يوجد على تلك المواقع وأرجعوا ذلك إلى عدة أسباب يوضعها الجدول التالي: حدول (1)

يوضح أسباب عدم التعامل الماشر مع الحاسب الآلي لمتابعة ما ينشر على المواقع الالكتونية عن الأزمة المالية العالمة

السبب في عدم التعامل	ڭ	7.				
المباشر						
لا أجيد التعامل مع الحاسب	٥٧	AY,Y				
لا يوجد لدى وقت	A	17,7				
إجمالي	٦٥	1				

 ⁽١) يراجع: سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، ط٢، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥، ص ١٣٦- ١٣٢

أنضاً: محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧، ص٨٣





ويشير الجدول السابق إلى نتيجة ذات مصداقية مرتفعة حيث أقر (٨٧.٧) من المبحوثين بأن عدم القدرة على التعامل المباشر مع الحاسب الآلي جاءت كسبب رئيسي لمدم متابعتهم لما ينشر على المواقع الإلكترونية بذاتهم، في مقابل نسبة منخفضة بلغت (١٢٨٪) وذلك لمن أرجعوا هذا السلوك إلى افتقادهم للوقت الكلية للقيام بهذا النشاط.

وفي محاولة للكشف عن كيفية تعرف الشريحة السابقة على ما يطرح على هذه المواقع على الرغم من انتفاء التعامل مع الحاسب مباشر جاءت عدة وسائل لذلك يوضحها الجدول التالي:

جدول (٢) يوضح وسائل تمرف الفردات على ما ينشر على المواقع الصحفية الإلكترونية عن الأزمة

4	Z
27	72.7
٧٠	٨,٠٣
٣	٤,٦
٦٥	1
	¥*

يتضح من الجدول السابق أن النسخ المطبوعة لما ينشر على المواقع الصحفية السعودية على شبكة الانترنت جاءت الوسيلة الأكثر استخداماً، للحصول على معلومات عن الأزمة حيث حققت نسبة (٦٤٦٪) بليها التقارير التي يعدها أحد العاملين وتلخص هذه المعلومات وحظيت ينسبية مرتفعة نسبياً (٣٠٨) وجاءت الطريقتين معاً الوسيلة الأخيرة وعند نسبة بسيطة من المفردات بلغت (٤٠٦).

أما عن أسباب اهتمام رجال الأعمال السعوديين بالتعرف على ما يطرح في هذه المواقع عن الأزمة فقد أشارت النتائج إلى تعند أسباب الاهتمام لدى المبحوثين وجاء على رأسها سبب المساعدة في اتخاذ القرارات الخاصة بالعمل حيث حقق نسبة (٤٦٪) وهو ما يلمح إلى أن رجال الأعمال السعوديين يتجنبون العشوائية في اتخاذ قراراتهم الاقتصادية يؤكد ذلك النسبة التي حققها السبب الثاني للاهتمام (٢٧٪)



وهي متقاربة نسبياً مع النتيجة السابقة وتمثل في "الحصول على صورة التطورات المستقبل وهو ينطوى على بعد علمي وعملي في آن واحد.

ومن النتائج المهمة وعلى الرغم من ضعف النصبة التي حققها كسبب الاهتمام بما ينشر على المواقع الإلكترونية عند المبحوثين والتي بلغت (٩٪) فقط وتمثل في أن هذه العملية تجنب بعض المفردات "الخضوع لتوترات نفسية بسبب غياب المعلومات"، وهو أمر منطقي قد يكون عند النسبة الأكبر من المبحوثين ولكن يصعب الاعتراف به لما يلمح إليه من ضعف إنساني فالتعامل مع المشروعات الاقتصادية عموماً يرتبط عادة ببناء نفسي متطلب طبقاً لما يكتنف هذا النشاط من سلبيات أو إيجابيات وبتعبير أدق الربح والخسارة.

هذا وقد أقرت نسبة من المفردات (٨٪) بأن سبب اهتمامها يشترك فيه أكثر من عامل من العوامل السابقة.

وكان من المهم محاولة البحث عن ميزان المضمون القدم على المواقع الصحفية الإلكترونية بالقياس إلى المضمون ذاته في الصحف المطبوعة.

وبداية أقر جميع المبحوثين أن الصحافة المطبوعة لا تفني عن المواقع الصحفية الإلكترونية في الإمداد بالمعلومات الكافية عن اللازمة.

أما عن أسباب ذلك فقد تعددت طبقاً لنتائج الاستقصاء ليصل عددها إلى خمسة أسباب جاء على رأسها أن "موضوعاتها محددة نسبياً" وحقق نسبة (٢٦٪)، وتمثل السبب الثاني في أن "موضوعاتها طويلة" وحقق نسبة (٣٣٪) ثم تلي ذلك سبب أن "المعلومات يغلب على مصادرها الطابع الرسمي" وينسبة (٢١٪) ويأتي في المرتبعة الرابعة سبب أن "موضوعات الصحف المطبوعة عن الأزمة لا تتناول بعض الجوانب المرتبطة بها وينسبة (٨١٪) وفي المرتبة الخامسة والأخيرة يأتي بسبب أن الصحف المطبوعة "

ونخرج من النتائج السابقة بمؤشرات مهمة، هي: أن رجال الأعمال يفضلون المضمون الذي يسم بالتتويع سواء في الأنشطة الاقتصادية مجال الموضوعات، وهي متعددة بل يمكن القول أنها كثيرة جداً، وكذلك المصادر لتشمل إلى جانب



المصادر الرسمية - ويدرجة بارزة - أرباب الأعمال والعاملين وحتى المواطنين المعادين فجميعهم تحت وطأة الأزمة ولها انعكاسات مؤكدة على أنشطتهم الإنسانية ومخرجاتها، ولا يجب إغفال أن رجل الأعمال يريد المعلومات المركزة أيضاً فالتطويل أو الإسهاب لا يتوافق مع منظومة الاقتصاديين عموماً حيث أن أجندة أعمالهم من المتوقع أن تكون مليئة بزخم التفاصيل التي تتنافر مع المتابعة المتعمقة للموضوعات الصحفية.

وعن الفورية فهي مزية للإعلام عموماً وللشؤون الاقتصاد بصفة خاصة ، حيث أن تقلبات الأسواق والتعاملات المالية شديدة السرعة ولذا يهتم رجال الأعمال بفورية الرسائل الإعلامية حيث هي أساس القرار التالي دائماً.

والفورية كما نعلم كانت من سمات تفوق وسائل الإعلام التقليدية كالراديو والتلفزيون بالقياس إلى الصحافة المطبوعة.

واللافت للنظر أن إحدى الصعف الاقتصادية الالكترونية السعودية أدركت ما يشبع رجال الأعمال عموماً من استخدامهم للإعلام الرقمي ولخصت كل ذلك في تعريفها حيث تذكر:

" محيفة الاقتصادية الالكترونية www.aleqt.com انطلقت في كانون الأول (ديسمبر) ١٩٩٢ في الرياض.

صعيفة الاقتصادية الالكترونية انطلقت في كانون الأول (ديسمبر) 1997 في الرياض وهي ناطقة باللغة العربية، تركز بصورة خاصة على الأخبار الاقتصادية والتجارية والتحليل وتقدم الصحيفة التغطية الإخبارية إضافة إلى البحث والتحليل والتعليق على الأحداث الاقتصادية والتجارية المحلية، والإقليمية، والدولية وتتمم الصحيفة تغطيتها للأخبار التجارية والاقتصادية الإقليمية بمقتطفات مترجمة من مطبوعات تجارية دولية رائدة من بينها فانيانشيال تايمز، وهارفارد بزينس ريفيو وانسباد، وفرانكفورتر، وتستهدف الصحيفة بصورة خاصة المغتصين في الحقل، والمستدرين وكبار موظفي الحكومة في الملكة العربية السعودية، ودول مجلس التعاون الخليجي، وتشرع الصحيفة في إضافة المزيد، وتوسعة تغطيتها الجغرافية



لتشمل دول مجلس التعاون الخليجي، من أجل توسعه قاعدة قراء الصحيفة ونظراً لكونها الصحيفة ونظراً الكونها الصحيفة السعودية والإقليمية اليومية التي تركز حصرياً على الأطباء الاقتصادية والتجارية والتحليل، فإن مدحيفة الاقتصادية تعتبر في الوقت الراهن الصحيفة اليومية الوحيدة المتخصصة في الأخبار المالية والتجارية في الملكة.

وكان من المهم أيضاً محاولة الكشف عن تقييم رجال الأعمال السعوديين للمواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت ومدى نجاحها في إمدادهم بالمعلومات عن الأزمة المالية المالمية، لنجد نتيجة مثيرة للاهتمام مؤداها أن النسبة الأكبر من المبحوثين والتي بلغت (۷۸٪) ترى أنها نجحت "إلى حد ما" في مقابل نسبة (۲۲٪) أقرت بأنها نجحت بدرجة كبيرة.

وتطلبت النتيجة السابقة ضرورة الكشف عن أسباب موضوعية لها، وجاءت متمثلة في أريم، وهي:

- أن الصحف الإلكترونية لا تدعم بعض الموضوعات بمعلومات كافية،
 وقد أقرت بتلك الاستجابة (٢٩) مفردة من إجمالي (٧٨) مفردة لتحقق نسبة
 (٢٧٢)).
- أما السبب الثاني فقد تمثل في أن هذه الصحف لا تهتم بدرجة جيدة بشرائح معينة تأثرت سلبيات بالأزمة المالية، وقد أقر بهذا السبب (١٨) من المبحوثين وينسبة (٢٣٠١).
- وجاء السبب الثالث معبراً عن قصور هذه الصحف عن أداء أحد أهم وظائفها بدرجة كافية ألا وهي وظيفة التوجيه والإرشاد والتي أقر بافتقادها في بعض عدد (١٤) من المبحوثين وينسبة (١٨٪) وهي نسبة ليست هينة يجب أخذها في الاعتبار لدى المسؤولين عن هذه الصحف.
- أما السبب الرابع فقد تمثل في مطلب يشير إلى أن بعض رجال الأعمال يهتمون بمسألة مصداقية المعلومة واشتمائها على الخبرة والدراسة والمبنية على آراء وجهات نظر علمية، حيث أقرت (١٠) مفردات وبنسبة (٨١٢٨) بأن الصحف الالكترونية لا تقدم آراء كافية لمتخصصين في اقتصاد السوق.





هـذا ويـأتي بـديل أكثـر مـن سـبب في النهايـة لتقـر بـه (٧) مفـردات وبنسبة

.(/A.N).

أما الشرائح التي تلقى درجة منخفضة نسبياً من الاهتمام من وجهة نظر رجال الأعمال السعوديين ويرغبون في دعم الاهتمام بها من قبل الصحف الالكترونية فقد تمثلت في الآتي:

جدول (٣) يوضح الشرائح التي ترغب بعض المردات في زيادة الاهتمام بها

7-0		
الشريحة	也	7.
الستهلكين للمنتجات عموما	A	11.1
العمالة الوافدة	٤	77,7
الطبقات الضعيفة اقتصاديا	۲	17,7
صفار التجار	۲	11,1
أكثر من فئة	١	7,0
إجمالي	18	1

أما المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت والتي يتابعها المبحوثين للحصول على معلومات عن الأزمة المالية العالمية، فقد أبرزت الاستجابات شريحتين أساسيتين هما: مواقع إلكترونية للصحف المطبوعة مثل مواقع صحف (عكاظ-الرياض- الشرق الأوسط- الوطن- الجزيرة) وجاءت هذه النوعية من المواقع في المرتبة الأخيرة عند البحوثين لتحقق نسبة (١٣٪) فقط لتسبقها المواقع الصحفية الاقتصادية المتخصصة وهي كما جاء ذكرها على لسان المبحوثين (الاقتصادية الالكترونية، عالم الاقتصاد، اليوم الالكتروني) لتحقق نسبة ٣٤٪ أما من يفضلون التعامل مع النوعيتين السابقتين من الصحف فقد حققوا النسبة الأكبر لتصل إلى (٥٣٪) وهو ما يشير إلى أن الكثير من رجال الأعمال ببحثون عن الرؤية الشاملة بحيث لا يفقدون أي معلومات وفي الوقت ذاته يلمون بكافة الاتجاهات والرزى.

هذا وقد تمثل السؤال التالي في محاولة الكشف عن درجة أعجب المبحوثين بالشكل الذي يقدم به المضمون الالكتروني لتتكشف نتيجة لافنة للنظر وهي أن النسبة





الأكبر (٦٤٪) معجبون بالشكل الذي يقدم به المضمون "إلى حد ما" في مقابل من أقروا بإعجابهم وينسبة (٢٦٪) مع انتقاء وجود أي مفردة غير معجبة بالشكل.

ومثلت النتيجة السابقة مساراً للخروج بمؤشرات عن الشكل المفضل عند رجال الأعمال للمضمون الذي يقدم على المواقع الصحفية وذلك من خلال مقترحات يوضحها الجدول التالي:

جدول (٤) يوضع مقترحات رجال الأعمال السعوديين لتطوير الشكل الذي يقدم به المضمون المتعلق بالأرمة للالية على المواقع الصحفية

Ø.	7.
11	14,7
1.	7,01
A	17,0
٤	7,5
۲.	27,4
٦٤	1
	17 1. A £

ويتضح من الجدول السابق أن النسبة الأكبر من المبحوثين ترى أن المضمون الذي تقدمه المواقع الإلكترونية عن الأزمة المالية يتطلب من الناحية الشكلية إلى أكثر من إجراء يدعم الجودة الشكلية له، وينسبة (٢.٨٩).

أما الإجراءات الشكلية المطلوبة فقد تمثلت على التوالي في "دعم الموضوعات بالصور بدرجة أكبر" وينسبة (١٨,٧)، ثم استخدام الرسوم البيانية كمؤشرات موضوعية وينسبة (١٥,١)، ثم استخدام الوميض من الموضوعات المهمة أو شديدة الأهمية لجذب الانتباه، وينسبة (١٢,٥)، ويأتي بعد ذلك بديل "تكبير حجم الحروف نسبياً لتيسير القراءة حيث حقق نسبة (١٢,٥).

وبالنظر إلى المقترحين الأول والثاني تحديداً يتضح أن بعض رجال الأعمال يهتمون بعمق المعلومات ووضوحها وهو ما توفره المادة الجرافيكية عموماً سواء صور فوتوغرافية أو رسوم يدوية.



. الخاتمة:

اختتمت دراسة الدكتور المدني، بالنقاط التالية:

- إن الإعلام الرقمي وأحد روافده الصحافة الإلكترونية أصبح أساسياً في
 استقاء المعلومات لدى النخب الاقتصادية.
- إن استخدام الحاسب الآلي والتعامل مع شبكة الإنترنت من المسائل
 الجوهرية لتسهيل انسياب الملومات والمعارف الاقتصادية إلى رجال الأعمال.
- إن المواقع الصحفية الإلكترونية تقدم دوراً إعلامياً يتميز بدرجة جيدة من
 الشمول والفورية بالإضافة إلى تعضيد البعد النفسي الإيجابي خاصة في وقت
 الأزمات.
- أصبحت الصحافة الورقية المطبوعة في مرتبة تالية في الأهمية بالقياس إلى
 الصحافة الرقمية وهذا ليس فقط لأن فوريتها عاجزة نسبياً وإنما لأن طبيعتها
 في التعمق لا تتواءم مع بعض المهن ذات الطبيعة الخاصة والتي يحكمها عنصر الوقت.
- إن المستلقين من رجال الأعمال يطالبون باشباعات معينة من الصحف الإلكترونية سواء على مستوى الموضوعات أو على مستوى الشكل الذي تقدم به هذه الموضوعات وجميعها إجراءات يسهل على الصحف الأخذ بها إذا رغبت في المزيد من النجاح والدور الإعلامي المتميز.
- تبدو الصحف الإلكترونية المتخصصة أكثر تميزاً في مادتها الاقتصادية Lt
 حازت عليه من نسبة كبيرة نسبياً من التفضيل عند المبحوثين وهو شأن نجاحات التخصص عموماً.
- القارئ الماصر يبحث عن عمق المعلومات ووضوحها بدرجة كبيرة وذلك في
 إطار القاعدة الذهبية للصحافة وهي "السهولة والإيجاز"".

⁽١) دراسة ميدانية للدكتور أسامة غازي المدني، جامعة أم القرى، عام ٢٠٠٩م- ١٤٣٠هـ (بتصرف).



المصادروالمراجع

الكتب:

- ١- المنجد في اللغة العربية المعاصرة.
- حمد طافة: مأزق العولة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة
 الأولى، ۲۰۰۷.
- ۲- فرنسيس بال: وسائل الإعلام والدول النامية (المنظمة العربية للتربية والثقافة
 والعلوم- إدارة الإعلام).
- ٤- فاروق أبو زيد: الإعلام والسلطة- إعلام السلطة وسلطة الإعلام، ط١٠، القاهرة، عالم الكتب للنشر والطباعة والتوزيع، ٢٠٠٧.
 - ٥- حسنين شفيق: الصحافة التخصصة الطبوعة والإلكترونية، القاهرة، ٢٠٠٦.
- ٦- صلاح عبد اللطيف: الصحافة المتخصصة، القاهرة، دار الطباعة القومية بالفجالة، ١٩٩٧.
- ٧- محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، ط١٠، عمان، دار أسامة ودار المشرق
 الثقلة، ٢٠٠٦.
- أسما حسين حافظ: دراسات في الصحافة المتخصصة دراسة تحليلية ميدانية
 بالتطبيق على جريدة الحوادث، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ١٩٩٨.
- ٩- ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة
 والإلكترونية، ط١، القاهرة، دار المحاب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.



- ۱۰ ماجدة عبد المرضي محمد سليمان: الصحافة المتخصصة إشكاليات الواقع وأفاق المستقبل، طدا، القاهرة، دار العالم العربي، ۲۰۱۰.
- اسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، ط١١، القاهرة، دار الفجر النشر والتوزيم، ٢٠٠١.
- ١٢- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، ط٢ القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥.
 - ١٢- محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، ط١٠ ، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٢.
- ١٤ حازم الببلاوي، محمد عبد الحليم عمر: الأزمة المالية العالمية: المشكلة... والحل، الصادر عن المركز الحضاري للدراسات المستقبلية، مركز المدينة للإعلام والنشر، سلسلة نحو مستقبل مشرق، ط١، ٢٠٠٨.
- ١٥- إبراهيم عبد العزيز التجار: الأزمة المالية وإصلاح النظام المالي العالمي،
 الاسكندرية، الدار الحامعية، ٢٠٠٩.
- ١٦- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، القاهرة، عالم
 الكتب، ٢٠٠٤.
 - ١٧- د. عبد الستار جواد: فن كتابة الاخبار، عمان، ٢٠٠٢.
- ۱۸ د. نصر الدین لعیاضي: وسائل الاتصال الجماهیري والمجتمع. آراء ورژی،
 مجموعة دراسات جمعها وترجمها المؤلف، دار القصبة للنشر، الجزائر ۱۹۹۹م.
- 19 شاكر القزويني: محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية،
 الجزائر ١٩٩٢.
- معزوزي نصر الدين: التمويل البنكي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة،
 مذكرةنت لنبل ش: ليسانس. جامعة بومرداس.
- ٢١- د. سعيد محمود السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، الطبعة الأولى،
 القاهرة، عالم الكتب ١٩٨٨م.





- ٢٢ د. جيهان أحمد رشتي: الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية،
 القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٥م.
- ٢٢ راسم محمد الجمال: الاتصال والإعلام، في العالم العربي في عصر العولة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- ٢٤- نورمان فان شرينبرغ، ترجمة حسين عمران: فرص العولة، الأقوياء سيزدادون
 قوة، العبيكان، الرياض.
- ٢٥ عبد العاطي نجم: الاتصال الجماهيري، في المجتمع العربي الحديث، الموضع والقضايا، دار المعرفة الجماعية، الإسكندرية.
- ٣٦- السيد يمين: المعلوماتية وحضارة العولمة، رؤية نقدية عربية، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيم.
- ٢٧- نسمة احمد البطريق: الإعلام والمجتمع في عصر العولة، دراسة في المدخل
 الاجتماعى، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيم.

الدراسات والبحوث:

- محجوب يحيى آدم إمام: الحكم الراشدة أداة لحل الصراع السياسي في السودان، بحث تكميلي لنيل درجة الدبلوم فوق الجامعي في الإدارة العامة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ٢٠٠٦م.
- ٢- دعبد الهادي النجار: الإسلام والاقتصاد.. دراسة في المنظور الإسلامي لإبراز
 القضايا الاقتصادية والاجتماعية المعاصرة.
- ٣- علاء فتح الله، وآخرون: نتائج المعح الميداني حول آراء النخبة في التوزيع الأمثل للإنفاق الحكومي، بحث صادر عن مركز الملومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، منشور على شبكة الإنترنت على موقع: www.surveysbanks.org.eg





- 3- اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية عقدم الدراسة: د. أسامة غازي المدني، عام ٢٠٠٩م- ١٤٢٠هـ، عمادة تقنية المعلومات، جامعة أم القرى.
- ٥- إبراهيم معمد عبد اللطيف أحمد: مجلة الأهرام الاقتصادي- دراسة فنية وتاريخية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام: قسم الصحافة، ١٩٩٠.
- آ- عبد الله بن محمد التويم: العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية
 في الصحف السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن
 سعود الإسلامية، د.ت.
- ٧- إبراهيم محمد عبد اللطيف، مجلة الأهرام الاقتصادي: دراسة تاريخية وفنية ١٩٥٠- ١٩٨٤، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام، قسم صحافة، حامعة القاهرة، ١٩٩٠.
- ٨- السيد عفيفي عربي: المالجة الصحفية لقضايا الانفتاح الاقتصادي في الصحافة المصرية، رسالة دكتوراه، القاهرة: جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، ١٩٩٧.
- وهمت محمد البدري: المالجة الصحفية لقضية البطالة في الصحافة المسرية،
 رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزفازيق: كلية الآداب، قسم الإعلام،
 ۱۹۹۸.
- ١٠ ابراهيم محمد عبد اللطيف: ممالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر: دراسة ميدانية تحليلية مقارنة في الفترة من (١٩٨٧- ١٩٨٤)، رسالة دكتوراه، (القاهرة: كلية الإعلام، قسم صحافة، جامعة القاهرة، ١٩٨٨) ص ١٩٧٥- ٣٣٥.





- خالد أحمد مسعد، المالجة الصحفية لقضية التخصصية في الصحف المصرية: دراسة تحليلية لصحف (الأهرام- الأهالي- الشعب- مجلتيّ روزاليوسف- الأهرام الاقتصادي)، خلال الفترة من عام (١٩٩١- ١٩٩٧) رسالة ماجستير (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، قسم الإعلام، ١٩٩٩).
- ١٢- أمل السيد أحمد متولى: قارئية الصحف المصرية المتخصصة: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ۲۰۰۲) ص ۲۲۰.
- ١٣- انتصار محمد السيد سالم: دور الصفحات الاقتصادية في الصحف المصرية في ترتيب أولويات رجال الأعمال تجاه القضايا الاقتصادية: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، قسم إعلام، ٢٠٠٤)، ص .T.0 -T.1
- ١٤- سامية عبد المجيد محمد الأغبري: تأثيرات اتجاهات الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية على الجمهور خلال الفترة من (١٩٩٥- ٢٠٠٢)، رسالة دكتوراه، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الصحافة، ٢٠٠٥) ص ۲۵۵- ۲۲٥.

المجلات:

- ١- مجلة المربي، تصدرها وزارة الإعلام الكويتية العدد ٥٢٨ نوفمبر ٢٠٠٢م.
- ٢- المجلة الجزائرية للاتصال، تصدر عن معهد علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر- العدد١٥ جانفي/يناير- جوان/يونيو ١٩٩٧م.
- ٣- وسائل الإعلام والأخلاق، مجلة إلكترونية تصدرها وزارة الخارجية الأمريكية ۲۵ أيار/مايو ، ۲۰۰۱م.





- ع- مجلة رسالة المسجد، مجلة تصدرها وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، العدد ٨٠ مارس٢٠٠٤م.
- حسانة محيى الدين: "اقتصاد المعرفة في مجتمع المعلومات"، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية.
- ٦- محمد الحسين: لقاء تعريفي للصحافة الاقتصادية في الرياض، جريدة الرياض (الرياض الاقتصادي)، خبر، ع ١٣٧٨، ٢٠٠٦/٣/١٥.
- ٧- نوال عبد العزيز الصفتي: معالجة الصحف الحزيبة لقضية الإصلاح الاقتصادي
 ية مصر، دراسة تحليلية على صحف الوفد- الأهالي- الشعب- مايو خلال
 ١٩٩٧، مجلة البحوث الاعلامية، ٩٠، بوليو ١٩٩٨، ص١٦٠.
- ٨- هويدا مصطفى: اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ٣، ع٤، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠٢).
- ١٠- نجوى كامل: الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية: دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية في جريدتيّ الأهرام والوفد، خلال عام ١٩٨٩- ١٩٩١، آمون للطباعة.
- ۱۰ عادل عبد الرازق: تدريب الصحفيين المصريين: دراسة ميدانية على المحررين الاقتصاديين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع١، أكتوبر ديسمبر، ص ١٧٥- ٢٥٢.
- ١١- أمل السيد متولي أحمد دراز: الخطاب التتموي في الصحافة الاقتصادية الخاصة إزاء قضايا المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع٤، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠٧، ص ٢١٣- ٢١٧.



ندوات ومؤتمرات:

- المؤتمر الصحفى لاتحاد المسارف العربية بالقاهرة، فبراير ٢٠٠٧.
- ٢- ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل، القاهرة ١٩٩٢.
- ٣- ندوة الحوار بين الإعلاميين والفكر الاقتصادي الإسلامي ومؤسساته، دبي، .1990
- الملتقى الثالث للإعلاميين والفكر الاقتصادية ومؤسساته، القاهرة مايو ٢٠٠٥.
- ٥- محبوب الحق: مفاهيم النتمية البشرية في الوطن العربي، ندوة منتدى الفكر العربي وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي عمان- الأردن، ١٩٩٣م.
- ٦- تتمية الموارد البشرية لتحقيق الميزة التنافسية لمنشآت الأعمال الخاصة: الملتقى الثاني للموارد البشرية، الغرفة التجارية الصناعية- حدة السعودية، ١٩٩٦م، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي.
- ٧- التنمية البشرية في الوطن العربي- بحوث ومناقشات ندوة فكرية مشتركة، عمان- الأردن، ١٩٩٣م.
- الوفاء ٨- البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة- الأهداف الإنمائية للألفية-بالمهود- مطبعة النجم القضي، ٢٠٠٣م.
 - ٩- البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة. تقرير النتمية البشرية للعام ٢٠٠٤م، بيروت لبنان، مطبعة كركي.
- الإعلام من كتاب أجهزة دولة الخلافة- منتدى الناقد الإعلامي/ في ٩ كانون الأول ٢٠٠٨ .
- ١١- محمود المراغى: الدورة التدريبية لمحرري الشؤون الاقتصادية، القاهرة، الحلس الأعلى للصحافة، ١٩٩٠.





- ١٢ مؤتمر كلية الإعلام المصرية الدولي الثالث عشر، للفترة من (٨ مايو حتى ١٠ مايو ركب ١٠٠٠).
- ۱۳ الشبكة الدولية لتبادل المعلومات حول حرية التعبير العدد ۲۸ (۱۸ يوليو
 ۲۰۰۱).
- ١٤- حيدر بن عبد الرضا داود: أهمية تطوير الصحافة الاقتصادية، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو ١٩٩٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ٢٠٠٢.
- ١٥- ألفت فريد: دور الصحفي في كشف المخاطر وتوجيه السوق المالية وعرض الحقائق وتوعية المستثمرين، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو ١٩٩٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ٢٠٠٢، ص. ٥٤.
- ١٦ عامر ذياب التميمي، الإعلام والاقتصاد، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو ١٩٩٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ٢٠٠٧، ص ٨٩.
- ١٧- ليلى عبد المجيد: الصحافة الاقتصادية وقضايا التتمية، بحث مقدم في الدورة التدريبية لمحرري الشؤون الاقتصادية التي عقدت بالمجلس الأعلى للصحافة بالقاهرة في الفترة من ٩- ٢٨ يونيو ١٩٩٠.
- ١٨- بسام عبد الحميد فرج: عوائق موضوعية المادة الاستثمارية، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو ١٩٩٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ٢٠٠٢، ص ٢٢٨.
- ١٩- مفهوم القذف في الصحافة (ندوة دولية لمركز الخبر للدراسات الدولية ٧ و٨
 ديسمبر ٢٠٠٣م) الجزائر، منشورات الخبر، ٢٠٠٤م.





- أ. د. إيناس أبو يوسف، محاضرة تلفزيونية في "الترجمة الإعلامية" مقرر ١٨٠،
 السنة الأولى، كلية الإعلام، برامج مركز القاهرة للتعليم المفتوح. ٢٠٠٦/٢٠٠٥
- ٢- دسميد السيد، محاضرة تلفزيونية في "الأخبار الإذاعية والتلفزيونية" مقرر
 ١٣٠، السنة الأولى، كلية الإعلام، برامج مركز القاهرة للتعليم المفتوح
 ٢٠٠٦/٢٠٠٥.

مواقع الشبكة العنكبوتية:

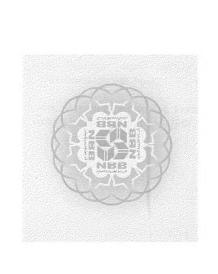
- ١- الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط،
 - ٧- موقع جريدة الوفاق.
 - ٣- شبكة أمل البيت للأخلاق الإسلامية.
 - الموقع الإلكتروني لجريدة البيان.
- ٥- عادل مرزوق الجمري: الحوار المتمدن- العدد: ١٥٦٢- ٢٠٠٦/٥/٢٦
- الله البيلاوي، الأزمة المالية العالمية: محاولة للفهم، -www.iid
 alraid.com
 - ۷- الحصاد الاقتصادي عام ۲۰۰۸ ، www.masrawy.com
 - www.al-jazeera.net -A
 - ۱۱ الشارقة جريدة البيان في ٢٠٠٨/١٢/٤.
 - ١٠- صحيفة دنيا الوطن الفلسطينية في ٨/٦/ ٢٠٠٨.
- ١١- مقال لفريدريك دبليو. شيك- نائب مدير، الوكالة الأمريكية للتنمية
 الدولية/حرية الصحافة في ١٨ أيار/مايو ٢٠٠٨.

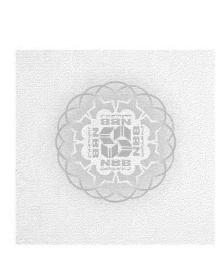




الراجع الأجنبية:

- 1- Barr, Nicholas (2004) Economics of the Welfare State, 4th ed., Oxford University Press
- Stiglitz, Joseph (2000) Economics of the Public Sector, 3rd ed., Norton Press
- 3- Kabbel Garry, "Using economic activities in British newspapers" newspapers research journal, Vol. 3, No. 4, 1980, PP. 1-9.
- 4- Lorimor, E.S. Economic issues editing in Indian newspapers, communication year book, 1986, Vol. 10, PP. 35-51.
- 5- Norman Stabler, Preparing and editing financial issues, newspaper research journal, Vol. 7, No. 1, 1984, PP. 12-24.













ماتف: 00962 6 5658252 / 00962 6 5658253 فاكس: 5658254 6 00962 صب: 141781 البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo الموقع الإلكتروني: www.darosama.net